

บทที่ 4

ผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่” คณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ โดยใช้แบบสอบถาม (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะจากกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐบาล กลุ่มชุมชน และกลุ่มภาคเอกชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน โดยการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	218	54.50
- หญิง	182	45.50
รวม	400	100.00
อายุ		
- ต่ำกว่า 15 ปี	6	1.50
- 15-24 ปี	77	19.25
- 25-34 ปี	156	39.00
- 35-44 ปี	112	28.00
- 45-54 ปี	43	10.75
- 55 ขึ้นไป	6	1.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
- โสด	259	64.75
- สมรส/อยู่ด้วยกัน	135	33.75
- ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	6	1.50
รวม	400	100.00
จำนวนบุตรหลานที่อาศัยอยู่ด้วย		
- ไม่มีบุตรหลานอาศัยอยู่ด้วย	261	65.25
- 1 คน	49	12.25
- 2 คน	45	11.25
- 3 คนขึ้นไป	45	11.25
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	59	14.75
- ปริญญาตรี	273	68.25
- สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
- ผู้เชี่ยวชาญฝีมืออาชีพ	27	6.75
- ผู้บริหาร/จัดการ	58	14.50
- พนักงานทางด้านการค้า	50	12.50
- ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	11	2.75
- พนักงานบริษัท	33	8.25
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	108	27.00
- นักศึกษา/นักเรียน	56	14.00
- ผู้ประกอบการ	27	6.75
- อื่นๆ (เช่น แม่บ้าน ครู ลูกจ้าง รับจ้าง เกษียณ เป็นต้น)	30	7.50
รวม	400	100.00



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	11.75
- 15,000-29,999 บาท	143	35.75
- 30,000-49,999 บาท	74	18.50
- 50,000-64,999 บาท	48	12.00
- 65,000-79,999 บาท	13	3.25
- 80,000-94,999 บาท	20	5.00
- 95,000-109,999 บาท	9	2.25
- 110,000-124,999 บาท	9	2.25
- 125,000 บาทขึ้นไป	37	9.25
รวม	400	100.00
ภูมิลำเนา		
- กรุงเทพมหานคร	180	45.00
- ภาคกลาง (เช่น นนทบุรี สมุทรปราการ สุพรรณบุรี)	61	15.25
- ภาคเหนือ (เช่น เชียงใหม่ ลำปาง)	13	3.25
- ภาคใต้ (เช่น นครศรีธรรมราช ตรัง)	21	5.25
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (นครราชสีมาบุรีรัมย์)	55	13.75
- ภาคตะวันออก (ระยอง ชลบุรี ปราจีนบุรี)	66	16.50
- ภาคตะวันตก (ราชบุรี เพชรบุรี)	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มากส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย (54.50%) อายุ 25-34 ปี (39.00%) สถานภาพโสด (64.75%) ไม่มีบุตรหลานอาศัยอยู่ด้วย (65.25%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (68.25%) มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (27.00%) มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 15,000-29,999 บาท (35.75%) และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร (45.0%)

4.1.2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการท่องเที่ยว		
- ใช้แพ็คเกจทัวร์เต็มรูปแบบ	4	1.00
- ใช้แพ็คเกจทัวร์บางส่วน	24	6.00
- ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	372	93.00
รวม	400	100.00
ท่านเคยท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มาก่อน		
- ไม่เคย, ครั้งนี้เป็นครั้งแรก	153	38.25
- เคย	247	61.75
รวม	400	100.00
จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวรวมครั้งนี้ด้วย (n = 236)	\bar{x}	S.D.
ค่าต่ำสุด = 2 ครั้ง, ค่าสูงสุด = 50 ครั้ง	6.04	6.870
จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
- กิจกรรมส่องสัตว์ในธรรมชาติ	147	21.03
- เล่นน้ำตก	134	19.17
- เดินป่าศึกษาธรรมชาติ /ท่องเที่ยวไพร	192	27.47
- ปีนเขา	21	3.01
- ท่องเที่ยวโดยจักรยาน	43	6.15
- ล่องแพ/ล่องแก่ง	21	3.00
- อื่นๆ (เช่น พักผ่อน ชมธรรมชาติ ดูสัตว์ป่า เป็นต้น)	141	20.17
รวม	699	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรท่งเกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
ชนิดของสัตว์ป่าที่พบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- ช้างป่า	74	6.09
- เสือ	11	0.91
- กวาง/แก้ง	270	22.24
- กระต๊ิง	22	1.81
- ชะนี/ลิง	318	26.19
- จระเข้/น้ำจืด	14	1.15
- ผีเสื้อ	264	21.75
- นก/นกเงือก	129	10.63
- ไก่ฟ้าพญาลอ	25	2.06
- อื่นๆ (เช่น เม่น ชะมด หมูป่า เป็นต้น)	87	7.17
รวม	1,214	100.00
ชนิดของพืชที่พบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
- ไผ่เคน	146	12.52
- พืชตระกูลปาล์ม เช่น หวาย ระกำ	186	15.95
- ต้นปรง	90	7.72
- กัลยไม้/กัลยไม้หน้า	200	17.15
- ดอกกระเจียว	27	2.31
- ต้นไทร/ไทรพัน	205	17.58
- เห็ดกล้วยสีชมพู	36	3.09
- ต้นกูด/ต้นเฟิน	163	13.98
- ต้นตาน	48	4.12
- ต้นกระบาก	41	3.52
- อื่นๆ (เช่น ชมพู่หน้า ไม้กฤษณา สัก กล้วย เป็นต้น)	24	2.06
รวม	1,166	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการณ์ที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วย		
- 1-2 คน	70	17.50
- 3-5 คน	147	36.75
- 6-10 คนขึ้นไป	98	24.50
- มากกว่า 10 คน	85	21.25
รวม	400	100.00
ท่านพักค้างคืนในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
- ใช่	225	56.25
- ไม่ใช่	175	43.75
รวม	400	100.00
จำนวนคืนที่พักในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	\bar{x}	S.D.
ค่าต่ำสุด = 1 คืน, ค่าสูงสุด = 10 คืน (n = 225)	1.53	1.015
สิ่งที่นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อได้ยินชื่อของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
1. ความอุดมสมบูรณ์ของป่า	127	30.90
2. สัตว์ป่า	94	22.87
3. น้ำตก	65	15.82
4. ธรรมชาติ	48	11.68
5. ภูเขา	44	10.70
6. อากาศดี	20	4.87
7. อื่นๆ (เช่น กล้วยไม้ การเดินป่า ทางเดินที่เป็นต้น)	13	3.16
รวม	411	100.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นึกถึงเป็นอันดับแรก		
1. ทะเล (รวมถึงเกาะต่างๆ)	105	30.52
2. เขาใหญ่	98	28.49
3. ภาคเหนือ (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน)	28	8.14
4. น้ำตก	23	6.69
5. ภูกระดึง	21	6.10
6. ภูเขา	18	5.23
7. คอยอินทนนท์	11	3.20
8. แหล่มแม่พิมพ์	10	2.91
9. อุทยานแห่งชาติต่างๆ	10	2.91
10. อื่นๆ (เช่น วัดต่างๆ หัวหิน ภูเก็ต เป็นต้น)	20	5.81
รวม	344	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบท่องเที่ยวด้วยตนเอง (93.00%) และเคยท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มาก่อน (61.75 %) มีจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวรวมครั้งนี้ด้วยเฉลี่ยประมาณ 6 ครั้ง ($\bar{x} = 6.04$) และส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเดินป่าศึกษาธรรมชาติ/ท่องไพร (27.47%)

ชนิดของสัตว์ป่าที่นักท่องเที่ยวพบมากเป็นอันดับแรก คือ ชะนี/ลิง (26.19%) รองลงมาคือ กวาง/เก้ง (22.24%) และผีเสื้อ (21.75%) ส่วนชนิดของพืชที่นักท่องเที่ยวพบมากเป็นอันดับแรก คือ ต้นไทร/ไทรพัน (17.58%) รองลงมา คือ กกล้วยไม้/กล้วยไม้หน้า (17.15%) และพืชตระกูลปาล์ม เช่น หวาย กระจ่าง (15.95%)

จำนวนบุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย 3-5 คน (36.75%) และส่วนใหญ่พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (56.25%)

สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อได้ยินชื่อของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ ความอุดมสมบูรณ์ของป่า (30.90%) รองลงมาคือ สัตว์ป่า (22.87%) และน้ำตก (15.82%) ตามลำดับ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเป็นอันดับแรก คือ ทะเล (รวมถึงเกาะต่างๆ) (30.52%) รองลงมาคือ เขาใหญ่ (28.49%)

ตารางที่ 4.3 ระดับความชอบของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋

ความชอบต่อการท่องเที่ยว	ระดับความชอบ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ธรรมชาติ (ป่า/ภูเขา)	6.20	1.002	มากที่สุด	1
2. น้ำตก	5.53	1.232	มาก	3
3. ชีวิตสัตว์ป่า	5.37	1.412	มาก	4
4. อื่นๆ (เช่น อากาศดี)	5.73	1.997	มาก	2

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋ชอบธรรมชาติ (ป่า/ภูเขา) ในระดับมากที่สุดคือเรื่องธรรมชาติ (ป่า/ภูเขา) ($\bar{x} = 6.20$) รองลงมาคือ ชอบในระดับมากในเรื่องอื่นๆ เช่น อากาศดี ($\bar{x} = 5.73$) น้ำตก ($\bar{x} = 5.53$) และชีวิตสัตว์ป่า ($\bar{x} = 5.37$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น - เขาใหญ๋

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวนคน	\bar{x}	S.D.
1. ค่าใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวและเดินทาง	338	1,985.77	2388.306
2. ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก	217	2,525.62	4646.153
3. ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร	325	1,378.78	2182.968
4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เช่น ของฝาก ของที่ระลึก)	24	1,729.17	2083.784
5. รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	378	4,787.08	7454.265

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวมทั้งหมดโดยเฉลี่ย 4,787.08 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวและเดินทางเฉลี่ย 1,985.77 บาท ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ย 2,525.62 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารเฉลี่ย 1,378.78 บาท และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เช่น ของฝาก ของที่ระลึก) เฉลี่ย 1,729.17 บาท

ตารางที่ 4.5 สาเหตุ/ความสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

สาเหตุ/ความสำคัญที่เลือกท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.80	1.545	ค่อนข้างมาก	8
2. ความง่าย/สะดวกต่อการท่องเที่ยว	5.47	1.333	มาก	7
3. อากาศดี/บริสุทธิ์	6.27	1.025	มากที่สุด	1
4. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติ	5.65	1.411	มาก	4
5. การแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก	4.59	1.739	ค่อนข้างมาก	10
6. ความงาม/ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และภูเขา	6.02	1.083	มาก	2
7. ความหลากหลาย/ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า	5.69	1.266	มาก	3
8. ความงาม/ความหลากหลายของน้ำตก	5.50	1.309	มาก	5
9. กิจกรรมต่างๆ	4.61	1.693	ค่อนข้างมาก	9
10. อื่นๆ (เช่น ใกล้กรุงเทพฯ)	5.48	1.695	มาก	6

จากตารางที่ 4.5 พบว่า สาเหตุ/ความสำคัญในระดับมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ อากาศดี/บริสุทธิ์ ($\bar{x} = 6.27$) รองลงมาคือ สาเหตุ/ความสำคัญในระดับมาก ในข้อความงาม/ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และภูเขา ($\bar{x} = 6.02$) รองลงมาคือ ความหลากหลาย/ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า ($\bar{x} = 5.69$) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติ ($\bar{x} = 5.65$) ความงาม/ความหลากหลายของน้ำตก ($\bar{x} = 5.50$) อื่นๆ (เช่น ใกล้กรุงเทพฯ) ($\bar{x} = 5.48$) และความง่าย/สะดวกต่อการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.47$) และมี สาเหตุ/ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ในเรื่องต้นทุน/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.80$) รองลงมาคือ กิจกรรมต่างๆ ($\bar{x} = 4.61$) และการแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก ($\bar{x} = 4.59$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. กิจกรรมส่องสัตว์ในธรรมชาติ	157	22.59
2. เล่นน้ำตก	189	27.08
3. เดินป่าศึกษาธรรมชาติ /ท่องเที่ยวไพร	223	31.95
4. ปีนเขา	18	2.58
5. ท่องเที่ยวโดยจักรยาน	42	6.02
6. ล่องแพ/ล่องแก่ง	20	2.86
7. อื่นๆ (เช่น ขับรถชมธรรมชาติ ทางเดินเท้า เป็นต้น)	49	7.02
รวม	698	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำมากเป็นอันดับแรกในการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ/ท่องเที่ยวไพร (31.9%) รองลงมาคือ เล่นน้ำตก (27.1%) และกิจกรรมส่องสัตว์ในธรรมชาติ (22.5%) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
1. จุดชมวิวดังต่างๆ	315	28.53
2. น้ำตกเหวสุวัต	225	20.38
3. น้ำตกเหวนรก	187	16.94
4. แก่งหินเพลิง	32	2.90
5. ผาเดี่ยวคาย	126	11.41
6. เขื่อนลำปายมาศ	14	1.27
7. น้ำตกบ่อทอง	8	0.72
8. น้ำตกปางสีดา	50	4.53
9. โป่งกระทิง	54	4.90
10. อ่างเก็บน้ำห้วยเมฆา	21	1.90
11. อ่างเก็บน้ำลำนางรอง	29	2.63

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
12. ป่าละเิงร้อยรู	7	0.63
13. อื่นๆ (เช่น น้ำตกกองแก้ว ผากล้วยไม้ เขาเขียว เป็นต้น)	36	3.26
รวม	1,104	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชมมากเป็นอันดับแรก คือ จุดชมวิวด่างๆ (28.53%) รองลงมาคือ น้ำตกเหวสุวัต (20.38%) และ น้ำตกเหวนรก (16.94%) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ประเภทของยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ประเภทของยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. รถยนต์ส่วนบุคคล	359	89.75
2. รถบริการสาธารณะ	9	2.25
3. จักรยาน	14	3.50
4. จักรยานยนต์	9	2.25
5. อื่นๆ (เช่น รถตู้รับจ้าง โบการถ เป็นต้น)	9	2.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ประเภทของยานพาหนะประเภทที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ในการท่องเที่ยวในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ รถยนต์ส่วนบุคคล (89.75%) รองลงมาคือ จักรยาน (3.50%)

4.1.3 ทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ จากตารางที่ 4.9-4.27

4.1.3.1 ความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.9 ความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้นเคย			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	4.30	2.001	ปานกลาง	2
2. การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	4.37	1.576	ปานกลาง	1
3. ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	4.24	1.468	ปานกลาง	3
รวม	4.30	1.444	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคย โดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 4.30$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 4.37$) รองลงมาคือ ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 4.30$) และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 4.24$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 แนวทางในการสร้างตราแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (ตารางที่ 4.10-4.12)

4.1.3.2 การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.10 การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการรู้จัก			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. เคยได้ยินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มาก่อนแล้ว	5.77	1.419	ดี	1
2. สามารถจินตนาการเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้	5.24	1.376	ค่อนข้างดี	3
3. ลักษณะบางประการของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นั้นอยู่ในความคิดเสมอ	5.23	1.306	ค่อนข้างดี	4
4. สามารถจำชื่อของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	5.61	1.316	ดี	2
รวม	5.46	1.166	ดี	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่โดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี ในเรื่องเคยได้ยินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มาก่อนแล้ว ($\bar{x} = 5.77$) รองลงมาคือ สามารถจำชื่อของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ($\bar{x} = 5.61$) และนักท่องเที่ยวมีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องสามารถจินตนาการเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.24$) รองลงมาคือ ลักษณะบางประการของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นั้นอยู่ในความคิดเสมอ ($\bar{x} = 5.23$) ตามลำดับ

4.1.3.3 ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.11 ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ความรู้สึกด้านภาพลักษณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับภาพลักษณ์			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ภาพลักษณ์ด้านความชื่นชอบ	5.99	1.144	ดี	1
2. ภาพลักษณ์ด้านความผ่อนคลาย	5.84	1.367	ดี	3
3. ภาพลักษณ์ด้านความงดงาม	5.85	1.281	ดี	2
4. ภาพลักษณ์ด้านความน่าตื่นเต้น	5.38	1.442	ดี	4
รวม	5.77	1.092	ดี	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับดี ($\bar{x} = 5.77$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับดีทุกข้อ ดังนี้ เรื่องภาพลักษณ์ด้านความชื่นชอบ ($\bar{x} = 5.99$) รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความงดงาม ($\bar{x} = 5.85$) ภาพลักษณ์ด้านความผ่อนคลาย ($\bar{x} = 5.84$) และภาพลักษณ์ด้านความน่าตื่นเต้น ($\bar{x} = 5.38$) ตามลำดับ

4.1.3.4 ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.12 ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับภาพลักษณ์			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้/ภูเขาที่โดดเด่น	5.94	1.083	ดี	1
2. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณค่า/ความหลากหลาย/ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า	5.78	1.151	ดี	2
3. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความหลากหลายของน้ำตกที่ดึงดูดใจ	5.53	1.130	ดี	5
4. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีกิจกรรมที่น่าสนใจ (เดินป่า/ล่องแก่ง/เล่นน้ำ/ปั่นจักรยาน)	5.34	1.244	ดี	8
5. การพำนัก/การท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความปลอดภัย	5.43	1.148	ดี	6
6. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความสะดวกและปลอดภัย	5.62	1.120	ดี	4
7. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ปราศจากมลพิษทางเสียง เช่น เสียงรถยนต์/รถจักรยานยนต์/เครื่องกระจายเสียง	4.84	1.761	ค่อนข้างดี	10
8. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่สะอาด/มีปริมาณขยะที่เพียงพอ	4.75	1.472	ค่อนข้างดี	12
9. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงามของไม้ดอกไม้ประดับที่เกิดจากการตกแต่ง/อนุรักษ์ของเจ้าหน้าที่	4.79	1.313	ค่อนข้างดี	11

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับภาพลักษณ์			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
10. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความเหมาะสมที่ได้ชื่อว่าเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ	5.64	1.212	ดี	3
11. เจ้าหน้าที่มีความเป็นมิตร/มีอัธยาศัยดี/มีน้ำใจให้บริการที่ดีให้ความช่วยเหลือ	5.43	1.172	ดี	7
12. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคครบถ้วน	5.14	1.208	ค่อนข้างดี	9
รวม	5.35	0.836	ดี	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับดี ($\bar{x} = 5.35$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้/ภูเขาที่โดดเด่น ($\bar{x} = 5.94$) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณค่า/ความหลากหลาย/ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า ($\bar{x} = 5.78$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความเหมาะสมที่ได้ชื่อว่าเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ ($\bar{x} = 5.64$) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความสะดวกและปลอดภัย ($\bar{x} = 5.62$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความหลากหลายของน้ำตกที่ดึงดูดใจ ($\bar{x} = 5.53$) การพำนัก/การท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความปลอดภัย ($\bar{x} = 5.43$) และ เจ้าหน้าที่มีความเป็นมิตร/มีอัธยาศัยดี/มีน้ำใจให้บริการที่ดีให้ความช่วยเหลือ ($\bar{x} = 5.43$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีกิจกรรมที่น่าสนใจ (เดินป่า/ล่องแก่ง/เล่นน้ำ/ปั่นจักรยาน) ($\bar{x} = 5.34$) ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคครบถ้วน ($\bar{x} = 5.14$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดี ในข้อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ปราศจากมลพิษทางเสียง เช่น เสียงรถยนต์/

รถจักรยานยนต์/เครื่องกระจายเสียง ($\bar{x} = 4.84$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มี่ความงามของไม้ดอกไม้ประดับที่เกิดจากการตกแต่ง/อนุรักษ์ของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 4.79$) และแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่สะอาด/มีปริมาณถังขยะที่เพียงพอ ($\bar{x} = 4.75$) ตามลำดับ

4.1.3.5 ความภักดีต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.13 ความภักดีของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ความภักดีในการท่องเที่ยว	ระดับความภักดี			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.76	1.189	ดี	3
2. จะบอกผู้อื่นในสิ่งที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.80	1.121	ดี	1
3. คิดว่าตัวเองเป็นนักท่องเที่ยวที่ภักดีต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.77	1.193	ดี	2
4. ถ้าต้องท่องเที่ยวอีกครั้งจะเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.54	1.278	ดี	4
5. แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะสูงขึ้นก็ยังคงเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่อีก	5.25	1.403	ค่อนข้างดี	5
รวม	5.62	1.079	ดี	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความภักดีโดยรวมต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับดี ($\bar{x} = 5.62$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อการท่องเที่ยวในระดับดี ในเรื่องจะบอกผู้อื่นในสิ่งที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.80$) รองลงมาคือ คิดว่าตัวเองเป็นนักท่องเที่ยวที่ภักดีต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.77$) จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.76$) และถ้าต้องท่องเที่ยวอีกครั้งจะเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.54$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความภักดีในการท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะสูงขึ้นก็ยังคงเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่อีก ($\bar{x} = 5.25$)

4.1.3.6 ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.14 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	5.72	1.137	พอใจ	2
2. มีความสุขเมื่อมาท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.75	1.146	พอใจ	1
3. การประเมินผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เมื่อเปรียบเทียบกับการคาดหวัง	5.49	1.085	พอใจ	5
4. การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	5.67	1.055	พอใจ	3
5. การประเมินความพอใจโดยภาพรวมต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.67	1.076	พอใจ	4
ในภาพรวม	5.66	0.996	พอใจ	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในภาพรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับพอใจ ($\bar{x} = 5.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในภาพรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับพอใจทุกข้อ ดังนี้ เรื่องมีความสุขเมื่อมาท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.75$) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง ($\bar{x} = 5.72$) การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ($\bar{x} = 5.67$) การประเมินความพอใจโดยภาพรวมต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 5.67$) และการประเมินผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เมื่อเปรียบเทียบกับการคาดหวัง ($\bar{x} = 5.49$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 แนวทางในการสร้างตราแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (ตารางที่ 4.15-4.19)

4.1.3.7 ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

(1) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.15 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีคุณภาพที่โดดเด่น	5.63	1.075	คุ้มค่า	1
2. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นที่เชื่อถือได้	5.60	1.033	คุ้มค่า	3
3. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นที่ไว้วางใจได้	5.62	1.039	คุ้มค่า	2
4. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ	5.51	1.113	คุ้มค่า	4
รวม	5.59	0.986	คุ้มค่า	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.59$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับคุ้มค่าทุกข้อ ดังนี้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณภาพที่โดดเด่น ($\bar{x} = 5.63$) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่ไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 5.62$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่เชื่อถือได้ ($\bar{x} = 5.60$) และแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ ($\bar{x} = 5.51$) ตามลำดับ

(2) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.16 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี	5.85	1.096	คุ้มค่า	1
2. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ทำให้เกิดความประทับใจ	5.78	1.069	คุ้มค่า	4
3. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ทำให้เกิดความรู้สึกสนุก	5.65	1.074	คุ้มค่า	5
4. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชมยินดี	5.79	1.062	คุ้มค่า	3
5. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ทำให้เกิดความสุข	5.83	1.077	คุ้มค่า	2
รวม	5.78	0.990	คุ้มค่า	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์โดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับคุ้มค่าทุกข้อ ดังนี้ เรื่องแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ($\bar{x} = 5.85$) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความสุข ($\bar{x} = 5.83$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชมยินดี ($\bar{x} = 5.79$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความประทับใจ ($\bar{x} = 5.78$) และแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความรู้สึกสนุก ($\bar{x} = 5.65$) ตามลำดับ

(3) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงินต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.17 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านราคาในรูปตัวเงินต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านราคาในรูปตัวเงิน ต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการใช้จ่ายที่ดี (เหมาะสม)	5.53	1.195	คุ้มค่า	3
2. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่คุ้มค่าเงิน	5.58	1.137	คุ้มค่า	1
3. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีราคาสมเหตุสมผล	5.55	1.149	คุ้มค่า	2
4. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด	5.50	1.240	คุ้มค่า	4
รวม	5.54	1.081	คุ้มค่า	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงินโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.54$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงินต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับคุ้มค่าทุกข้อ ดังนี้ เรื่อง การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่คุ้มค่าเงิน ($\bar{x} = 5.58$) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีราคาสมเหตุสมผล ($\bar{x} = 5.55$) การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการใช้จ่ายที่ดี (เหมาะสม) ($\bar{x} = 5.53$) และการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด ($\bar{x} = 5.50$) ตามลำดับ

(4) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.18 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ใช้พลังงานน้อยในการซื้อ/การใช้บริการ	5.28	1.170	ค่อนข้างคุ้มค่า	1
2. เป็นการง่ายที่จะซื้อตั๋วไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	4.88	1.424	ค่อนข้างคุ้มค่า	4
3. การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ใช้ความพยายามน้อยมากในการซื้อ/ใช้บริการ	5.03	1.283	ค่อนข้างคุ้มค่า	2
4. เป็นการง่ายที่จะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	4.97	1.335	ค่อนข้างคุ้มค่า	3
รวม	5.04	1.134	ค่อนข้างคุ้มค่า	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับค่อนข้างคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างคุ้มค่าทุกข้อ ดังนี้ เรื่องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ใช้พลังงานน้อยในการซื้อ/การใช้บริการ ($\bar{x} = 5.28$) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ใช้ความพยายามน้อยมากในการซื้อ/ใช้บริการ ($\bar{x} = 5.03$) เป็นการง่ายที่จะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 4.97$) และเป็นการง่ายที่จะซื้อตั๋วไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ($\bar{x} = 4.88$) ตามลำดับ

(5) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.19 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียง ของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีชื่อเสียงในด้านที่ดี	5.88	1.018	คุ้มค่า	2
2. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ได้รับการยกย่อง	5.86	1.004	คุ้มค่า	4
3. การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นความคิดที่ดี	5.87	1.012	คุ้มค่า	3
4. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีสภาพที่ดี	5.78	1.051	คุ้มค่า	5
5. แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นที่รู้จัก	5.97	1.049	คุ้มค่า	1
รวม	5.87	0.924	คุ้มค่า	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในระดับคุ้มค่าทุกข้อ ดังนี้ เรื่องแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่รู้จัก ($\bar{x} = 5.97$) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีชื่อเสียงในด้านที่ดี ($\bar{x} = 5.88$) การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นความคิดที่ดี ($\bar{x} = 5.87$) แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการยกย่อง ($\bar{x} = 5.86$) และแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีสภาพที่ดี ($\bar{x} = 5.78$) ตามลำดับ

(6) ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.20 ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยว	ระดับความคุ้มค่าที่รับรู้		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	5.82	1.062	คุ้มค่า

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับคุ้มค่า ($\bar{x} = 5.82$)

4.1.3.8 วิธีท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.21 วิธีท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

วิธีท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
- มาเอง	390	97.5
- ใช้บริการทัวร์	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวิธีท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่โดยมาเอง (97.50%) มากกว่าใช้บริการทัวร์

4.1.3.9 ทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย)

ตารางที่ 4.22 ทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย) ของนักท่องเที่ยว

ทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย)	ระดับทักษะคติ (n = 9)			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ตัวแทนขายให้บริการเป็นอย่างดี	5.67	1.414	ดี	1
2. ตัวแทนขายมีวิธีการขายที่ทำให้รู้สึกประทับใจ	5.67	1.414	ดี	1
3. ตัวแทนขายให้ความช่วยเหลือดี	5.33	1.323	ดี	6
4. ตัวแทนขายมีการจัดเตรียมการให้บริการที่ดี	5.44	1.130	ดี	3
5. ตัวแทนขายทำให้รู้สึกว่าคุ้มค่ามาก	5.44	1.130	ดี	3
6. สามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจากตัวแทนขายได้	5.44	1.130	ดี	3
รวม	5.50	1.225	ดี	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย) โดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.50$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย) ในระดับดีทุกข้อ ดังนี้ เรื่องตัวแทนขายให้บริการเป็นอย่างดี และเรื่องตัวแทนขายมีวิธีการขายที่ทำให้รู้สึกประทับใจ ($\bar{x} = 5.67$) เท่ากัน รองลงมาคือ เรื่องตัวแทนขายมีการจัดเตรียมการให้บริการที่ดี ตัวแทนขายทำให้รู้สึกว่าคุ้มค่ามาก และเรื่องสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจากตัวแทนขายได้ ($\bar{x} = 5.44$) เท่ากัน และตัวแทนขายให้ความช่วยเหลือดี ($\bar{x} = 5.50$) ตามลำดับ

หมายเหตุ : ด้านทักษะคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย) นี้ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยเพียง 9 ราย เนื่องจากนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการทัวร์ (ธุรกิจค้าปลีกหรือตัวแทนขาย) จึงไม่ได้นำมาใช้ทดสอบสมมติฐาน

4.1.3.10 ทักษะคิดต่อการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.23 ทักษะคิดต่อการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ทักษะคิดต่อการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่		
- เคย	201	50.25
- ไม่เคย	199	49.75
รวม	400	100.00
รูปแบบของการโฆษณาที่เคยเห็น		
- โทรทัศน์	100	49.75
- วิทยู	1	0.50
- สื่อสิ่งพิมพ์	39	19.40
- อินเทอร์เน็ต	61	30.35
รวม	201	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (50.25%) และไม่เคยเห็นโฆษณา (49.75%) ด้านรูปแบบของการโฆษณาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเห็น คือ การโฆษณาทางโทรทัศน์ (49.75%) รองลงมาคือ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต (30.25%)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 แนวทางในการสร้างตราแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (ตารางที่ 4.24-4.27)

4.1.3.11 การประเมินการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ที่เคยเห็น

ตารางที่ 4.24 การประเมินการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

การประเมินการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ที่เคยพบเห็น	ระดับการประเมิน			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านความเชื่อถือได้	5.77	.980	ดี	1
2. ด้านความไว้วางใจได้	5.74	1.003	ดี	2
3. ด้านความมีเหตุผล	5.69	1.103	ดี	5
4. ด้านการมีข้อมูล	5.64	1.149	ดี	7
5. ด้านตรงกับความเป็นจริง	5.65	1.104	ดี	6
6. ด้านการให้ความรู้ความเข้าใจ	5.62	1.112	ดี	8
7. ด้านการทำให้รู้สึกดี	5.70	1.222	ดี	4
8. ด้านการทำให้เกิดความประทับใจ	5.71	1.199	ดี	3
9. ด้านการมีแรงกระตุ้น	5.51	1.221	ดี	10
10. ด้านความน่าตื่นเต้น	5.52	1.257	ดี	9
11. ด้านความพึงพอใจ	5.42	1.263	ดี	11
รวม	5.63	0.999	ดี	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการประเมินการโฆษณาโดยรวมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับดี ($\bar{x} = 5.63$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการประเมินการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในระดับดีทุกข้อ ดังนี้ เรื่องด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 5.77$) รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 5.74$) ด้านการทำให้เกิดความประทับใจ ($\bar{x} = 5.71$) ด้านการทำให้รู้สึกดี ($\bar{x} = 5.70$) ด้านความมีเหตุผล ($\bar{x} = 5.69$) ด้านตรงกับความเป็นจริง ($\bar{x} = 5.65$) ด้านการมีข้อมูล ($\bar{x} = 5.64$) ด้านการให้ความรู้ความเข้าใจ ($\bar{x} = 5.62$) ด้านความ

นำคืนเดิน ($\bar{x} = 5.52$) ด้านการมีแรงกระตุ้น ($\bar{x} = 5.51$) และด้านความพึงพอใจ ($\bar{x} = 5.42$) ตามลำดับ

4.1.3.12 ประสพการณ์/ทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.25 ประสพการณ์/การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ผ่านทางเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยว

ประสพการณ์/ทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ผ่านทางเว็บไซต์		
- ไม่ใช่	143	35.75
- ใช่	257	64.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ผ่านทางเว็บไซต์ (64.25%)

ตารางที่ 4.26 ทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	ระดับทัศนคติ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการให้ข้อมูล	5.11	1.267	ค่อนข้างดี	2
2. ด้านความเป็นเลิศ	5.02	1.221	ค่อนข้างดี	3
3. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	5.15	1.239	ค่อนข้างดี	1
รวม	5.09	1.196	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 5.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ ดังนี้ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ($\bar{x} = 5.15$) รองลงมาคือ ด้านการให้ข้อมูล ($\bar{x} = 5.11$) และด้านความเป็นเลิศ ($\bar{x} = 5.02$) ตามลำดับ

4.1.3.13 ทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.27 ทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการ ของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยว	ระดับทัศนคติ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม	5.25	1.223	ค่อนข้างดี	2
2. พนักงานเต็มใจในการให้บริการ	5.30	1.174	ดี	1
3. พนักงานดูแลเป็นการส่วนตัว	4.76	1.450	ค่อนข้างดี	4
4. พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	5.08	1.262	ค่อนข้างดี	3
รวม	5.10	1.157	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 5.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวในระดับดีในเรื่องพนักงานเต็มใจในการให้บริการ ($\bar{x} = 5.30$) และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องพนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม ($\bar{x} = 5.25$) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 5.08$) และพนักงานดูแลเป็นการส่วนตัว ($\bar{x} = 4.76$) ตามลำดับ

4.1.4 ความตั้งใจ/ความเข้าใจ/และข้อเสนอแนะต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

4.1.4.1 ความตั้งใจ/ความเข้าใจ/ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตารางที่ 4.28 ความตั้งใจ/ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจ/ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความตั้งใจ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ทักษณคติโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่				
1.1 คุณค่าการเป็นมรดกโลกด้านธรรมชาติ	4.07	.793	มาก	4
1.2 การอนุรักษ์ให้เกิดความโดดเด่นในระบบนิเวศ	4.10	.782	มาก	3
1.3 ความงดงาม/โดดเด่น/อุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.18	.759	มาก	1
1.4 คุณค่าทางสุนทรียภาพ (ความงาม) ตามธรรมชาติ	4.14	.742	มาก	2
2. ทักษณคติโดยรวมต่อเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่				
2.1 คุณค่าการเป็นมรดกโลกด้านธรรมชาติ (พันธุ์สัตว์ป่า)	3.93	.896	มาก	4
2.2 แหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/สัตว์ป่า	3.94	.881	มาก	3
2.3 ความอุดมสมบูรณ์/ความหลากหลาย/ความโดดเด่นของสัตว์ป่า	3.92	.929	มาก	5
2.4 การอนุรักษ์ระบบนิเวศ/ธรรมชาติ/สัตว์ป่า	3.95	.876	มาก	2
2.5 ความหลากหลาย/อุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.99	.876	มาก	1
3. ทักษณคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติทับลาน	3.27	1.241	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความพึงพอใจ/ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
4. ทักษะคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติตาพระยา	3.21	1.284	ปานกลาง	
5. ทักษะคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติปางสีดา	3.30	1.239	ปานกลาง	
6. ทักษะคติโดยรวมต่อกิจกรรมในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่				
6.1 การศึกษาและการเดินชมธรรมชาติ (ป่า/คูนก)	3.70	1.060	มาก	2
6.2 การชมสัตว์จากหอคูสัตว์ในเวลากลางวัน	3.46	1.114	มาก	5
6.3 การส่องสัตว์จากหอคูสัตว์ในเวลากลางคืน	3.56	1.124	มาก	4
6.4 การชม/การเล่นน้ำตก	3.66	1.023	มาก	3
6.5 อื่นๆ (เช่น พายเรือ คูดาว เป็นต้น)	4.29	1.139	มากที่สุด	1

จากตารางที่ 4.28 พบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ/ความสนใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ ดังนี้ ความงดงาม/โดดเด่น/อุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.18$) รองลงมาคือ คุณค่าทางสุนทรียภาพ (ความงาม) ตามธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.14$) การอนุรักษ์ให้เกิดความโดดเด่นในระบบนิเวศ ($\bar{x} = 4.10$) และคุณค่าการเป็นมรดกโลกด้านธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.07$) ตามลำดับ

(2) นักท่องเที่ยวมีทักษะคติโดยรวมต่อเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ ดังนี้ เรื่องความหลากหลาย/อุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.99$) รองลงมาคือ การอนุรักษ์ระบบนิเวศ/ธรรมชาติ/สัตว์ป่า ($\bar{x} = 3.95$) แหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/สัตว์ป่า ($\bar{x} = 3.94$) คุณค่าการเป็นมรดกโลกด้านธรรมชาติ (พันธุ์สัตว์ป่า) ($\bar{x} = 3.93$) ความอุดมสมบูรณ์/ความหลากหลาย/ความโดดเด่นของสัตว์ป่า ($\bar{x} = 3.92$) ตามลำดับ

(3) นักท่องเที่ยวมีทักษะคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติทับลานในระดับพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$)

(4) นักท่องเที่ยวมีทักษะคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติตาพระยาในระดับพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$)

(5) นักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติปางสีดาในระดับดีใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$)

(6) นักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมต่อกิจกรรมในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในระดับดีใจมากที่สุด ในเรื่องกิจกรรมอื่นๆ (เช่น พายเรือ ดูดาว เป็นต้น) ($\bar{x} = 4.29$) รองลงมาคือในเรื่อง การศึกษาและการเดินชมธรรมชาติ (ป่า/คูนก) ($\bar{x} = 3.70$) การชม/การเล่นน้ำตก ($\bar{x} = 3.66$) การ ส่องสัตว์จากหอคูสัตว์ในเวลากลางวัน ($\bar{x} = 3.56$) และการชมคูสัตว์จากหอคูสัตว์ในเวลากลางวัน ($\bar{x} = 3.46$) ตามลำดับ

4.1.4.2 ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.29 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรปรับปรุงสถานที่พักให้อยู่ในสภาพที่ดีและราคาไม่แพง	7	17.94
2. ควรปรับปรุงห้องน้ำให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีความสะอาด	5	13.82
3. ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4	10.26
4. ควรมีการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติที่เป็นมาตรฐาน	4	10.26
5. ควรจัดมลภาวะทางเสียงที่เกิดจากการเปิดเพลงเสียงดัง และการขับขีรถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยว	3	7.69
6. ควรปรับปรุงจำนวนที่พักรักษาเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3	7.69
7. ควรเพิ่มจำนวนถังขยะทั้งในบริเวณที่พักและจุดพักชมวิว	3	7.69
8. ควรมีการแจกเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	2	5.13
9. ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน	2	5.13
10. ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	2	5.13
11. ควรปรับปรุงความสะอาดของสถานที่รับประทานอาหาร	2	5.13
12. ไม่ควรใช้แรงงานสัตว์ในการท่องเที่ยว (ขี่ช้างชมธรรมชาติ)	2	5.13
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ 3 อันดับแรก ดังนี้ ควรปรับปรุงสถานที่พักให้อยู่ในสภาพที่ดีและราคาไม่แพง (17.94%) รองลงมาคือ ควรปรับปรุงห้องน้ำให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและมีความสะอาด (12.82%) ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (10.26%) และควรมีการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติที่เป็นมาตรฐาน (10.26%) ตามลำดับ

4.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรบางตัวมาทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มของคำถามที่มีประเด็นของการวัดคล้ายคลึงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ได้แก่ ตัวแปรภาพลักษณ์ด้านความรู้สึก ต่อแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.31-4.32

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรภาพลักษณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตัวแปร	ปัจจัยร่วม (Component)		
	1. ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	2. สาธารณูปโภค	3. ด้านความรู้สึก
4.2 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า	.805		
4.1 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้/ภูเขาที่โดดเด่น	.793		
4.3 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงาม/ความหลากหลายของน้ำตกที่ดึงดูดใจ	.730		
4.4 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีกิจกรรมที่น่าสนใจ	.724		
4.5 การท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความปลอดภัย	.510		
4.6 การเดินทางมายังผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความ สะดวกและปลอดภัย	.477		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ตัวแปร	ปัจจัยร่วม (Component)		
	1 ความ สมบูรณ์ทาง ธรรมชาติ	2 สาธารณูปโภค	3 ด้าน ความรู้สึกร
4.8 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่อะอาด/มี ปริมาณถึงขะที่เพียงพอ		.795	
4.12 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค ครบถ้วน		.679	
4.9. มีความงามของไม้ดอกไม้ประดับจาก การตกแต่ง/อนุรักษ์ของเจ้าหน้าที่		.677	
4.11 เจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมิตร/มีอัธยาศัย ดี/มีน้ำใจให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือ		.632	
4.10 มีความเหมาะสมที่ได้ชื่อว่าเป็นมรดก โลกทางธรรมชาติ		.558	
4.7 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ปราศจาก มลพิษทางเสียง เช่น เสียงรถยนต์ รถจักรยานยนต์		.544	
3.3 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความงดงาม			.843 ^a
3.2 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความ ผ่อนคลาย			.798
3.4 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความ ตื่นเต้น			.769
3.1 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีความ น่าชื่นชม			.717

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

^a ตัวแปรที่มีค่าต่ำกว่า .50 จะไม่นำไปใช้ในการวิเคราะห์ผล

จากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรภาพลักษณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal component factoring) ในการสกัดปัจจัย และใช้วิธี Varimax เป็นวิธีในการหมุนแกน ซึ่งได้ผลการตรวจสอบ ดังนี้ (1) การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Kaiser 1970 อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ได้เสนอสถิติที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลว่าสมควรที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหรือไม่ กล่าวคือ ค่า $KMO \geq 0.90$ หมายถึง ข้อมูลมีความเหมาะสมดีมาก ซึ่งจากค่า KMO ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรภาพลักษณ์มีค่าเท่ากับ 0.89 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมดี

ตารางที่ 4.31 ค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปรที่อธิบายด้วยปัจจัย 3 ปัจจัย ของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ปัจจัยร่วม(Component)	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1.ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	6.867	42.922	42.922	6.867	42.922	42.922	3.477	21.734	21.734
2.สาขารูปโลก	1.556	9.722	52.644	1.556	9.722	52.644	3.253	20.332	42.067
3.ด้านความรู้ลึก	1.264	7.902	60.546	1.264	7.902	60.546	2.957	18.479	60.546

จากตารางที่ 4.31 แสดงค่า Eigen และค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปรที่อธิบายด้วยปัจจัย 3 ปัจจัย ปัจจัยรวมที่ 1 ซึ่งหมายถึง ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 42.92 ปัจจัยรวมที่ 2 ซึ่งหมายถึง ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาขารูปโลก สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 9.72 ปัจจัยรวมที่ 3 ซึ่งหมายถึง ภาพลักษณ์ด้านความรู้ลึก สามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 7.90 รวมทั้ง 3 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 60.55

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ตัวแปร	ปัจจัย (Component)				
	1 อารมณ์	2 ชื่อเสียง	3 การเงิน	4 คุณภาพ	5 ความ พยายาม
7.7 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิด ความรู้สึกสนุก	.780				
7.6 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความ ประทับใจ	.747				
7.9 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิดความสุข	.742				
7.5 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิด ความรู้สึกที่ดี	.736				
7.8 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ทำให้เกิด ความรู้สึกชื่นชมยินดี	.721				
7.19 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการยกย่อง		.761			
7.21 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีสภาพที่ดี		.756			
7.22 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีชื่อเสียง		.716			
7.18 ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีชื่อเสียงในด้าน ที่ดี		.709			
7.20 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นความคิดที่ดี		.701			
7.13 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด			.768		
7.10 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นการใช้จ่ายที่ดี (เหมาะสม)			.759		
7.12 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นี้ มีราคาสมเหตุสมผล			.748		
7.11 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นี้ คุ้มค่าเงิน			.703		
7.14 การท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นี้ ใช้พลังงานน้อยในการซื้อ/การใช้บริการ			.490		

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ตัวแปร	ปัจจัย (Component)				
	1 อารมณ์	2 ชื่อเสียง	3 การเงิน	4 คุณภาพ	5 ความ พยายาม
7.1 ผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณภาพที่โดดเด่น				.771	
7.2 ผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่เชื่อถือได้				.751	
7.3 ผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่ไว้วางใจได้				.748	
7.4 ผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีคุณภาพที่ สม่ำเสมอ				.674	
7.15 เป็นการง่ายที่จะซื้อทัวร์ไปท่องเที่ยวผื่นป่า ดงพญาเย็น-เขาใหญ่					.884
7.17 เป็นการง่ายที่จะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว ผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่					.883
7.16 การท่องเที่ยวผื่นป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นี้ ใช้ความพยายามน้อยมากในการซื้อ/ใช้ บริการ					.827

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

^a ตัวแปรที่มีค่าต่ำกว่า .50 จะไม่นำไปใช้ในการวิเคราะห์ผล

จากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal component factoring) ในการสกัดปัจจัย และใช้วิธี Varimax เป็นวิธีในการหมุนแกน ซึ่งได้ผลการตรวจสอบ ดังนี้ (1) การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Kaiser 1970 อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ได้เสนอสถิติที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลว่าสมควรที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหรือไม่ กล่าวคือ ค่า $KMO \geq 0.9$ หมายถึง ข้อมูลมีความเหมาะสมดีมาก ซึ่งจากค่า KMO ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรภาพลักษณ์มีค่าเท่ากับ .955 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมดีมาก

ตารางที่ 4.33 ค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปรที่อธิบายด้วยปัจจัย 5 ปัจจัยของความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาเป็นปางพญาเย็น-เขาใหญ่

ปัจจัยร่วม(Component)	Total Variance Explained											
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings					
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1.ด้านอารมณ์	13.619	61.902	61.902	13.619	61.902	61.902	4.276	19.437	19.437	4.276	19.437	19.437
2.ด้านชื่อเสียง	1.962	8.917	70.819	1.962	8.917	70.819	4.059	18.450	37.887	4.059	18.450	37.887
3.ด้านการเงิน	1.024	4.655	75.474	1.024	4.655	75.474	3.556	16.165	54.052	3.556	16.165	54.052
4.ด้านคุณภาพ	.963	4.375	79.849	.963	4.375	79.849	3.316	15.075	69.127	3.316	15.075	69.127
5.ด้านความพยายาม	.786	3.572	83.421	.786	3.572	83.421	3.145	14.294	83.421	3.145	14.294	83.421

จากตารางที่ 4.33 แสดงค่า Eigen และค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปรที่อธิบายด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย ปัจจัยรวมที่ 1 ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่าด้านอารมณ์ สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 61.90 ปัจจัยรวมที่ 2 ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่าด้านชื่อเสียง สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 8.92 ปัจจัยรวมที่ 3 ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่าด้านการเงิน สามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 4.66 ปัจจัยรวมที่ 4 ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ สามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 4.38 ปัจจัยรวมที่ 5 ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่าด้านความพยายาม สามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 3.57 รวมทั้ง 5 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 83.42

4.1.6 สรุปค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล

ตารางที่ 4.34 สรุปค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล

ตัวแปรอิสระ	\bar{x}	S.D.	อันดับ
1. ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว	4.30	1.444	14
2. การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว	5.46	1.166	9
3. ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.77	1.092	3
4. ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.35	.836	10
4.1 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ	5.60	.916	-
4.2 สาธารณูปโภค	5.10	.961	-
5. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.62	1.079	6
6. ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.66	.996	4
7. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.59	.986	7
8. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.78	.990	2
9. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงินต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.54	1.134	8
10. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.04	1.241	13
11. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	5.87	.924	1
12. การประเมินการโฆษณาของแหล่งท่องเที่ยว	5.63	.999	5
13. ทศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	5.09	1.196	12
14. ทศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยว	5.10	1.157	11
15. ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว	5.82	1.062	-

จากตารางที่ 4.34 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในประเด็นต่างๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.87$) รองลงมาคือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.78$) ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.77$) ความพึงพอใจ โดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.66$) การประเมินการโฆษณาต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.63$) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.62$) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.59$) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงินต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.54$) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.46$) ภาพลักษณ์ด้านความรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.35$) ทศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.10$) คุณภาพ

ของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.09$) ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 5.04$) และความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.30$) ตามลำดับ

4.1.4.7 การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

ภายหลังจากการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) แล้วเพื่อให้ได้สารสนเทศในการอธิบายผลการวิจัยเพิ่มขึ้น จึงมีการประเมินความสามารถของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงในรูปแบบความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) และความมีนัยสำคัญของน้ำหนักองค์ประกอบ ประเมินค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted) และความเชื่อมั่น (Composite reliability coefficients) ของตัวแปรแฝงที่ศึกษา

ผลจากการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงให้เห็นว่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) มีค่าตั้งแต่ 0.66-0.95 ซึ่งสูงกว่าค่าวิกฤติที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่สูงนี้สนับสนุนว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวของตัวแปรแฝงที่ศึกษามีคุณสมบัติของความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) (Bagozzi & Yi, 1988) ยิ่งไปกว่านั้น ค่า t-values ของน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้มีค่าตั้งแต่ 12.04-32.63 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า ($t\text{-values} > 3.09, p < 0.001$) (Anderson & Gerbing, 1988; Bollen, 1989) ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ทุกตัวในการศึกษานี้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่าความคลาดเคลื่อนในรูปแบบคะแนนมาตรฐานต่ำ (Standardized residuals) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์หึ่งค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปรแฝง	จำนวนตัวแปร สังเกตได้	คุณภาพตัวแปรสังเกตได้		คุณภาพตัวแปรแฝง	
		น้ำหนัก องค์ประกอบ	t-value*	ความ เชื่อมั่น	ค่าความ แปรปรวน ที่สกัดได้
ตัวแปรแฝงภายนอก					
1. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ	4	0.85 - 0.95	23.27 – 29.64	0.95	0.81
2. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์	5	0.85 - 0.93	24.32 – 29.42	0.96	0.81
3. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงิน	4	0.78 – 0.93	21.10 – 31.88	0.94	0.79
4. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายาม	3	0.89 – 0.90	22.04 – 24.05	0.91	0.77
5. ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียง	5	0.83 – 0.91	21.52 – 25.59	0.94	0.76
6. การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว	4	0.71 -0.88	14.53 – 18.32	0.88	0.66
7. ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว	3	0.66 – 0.92	12.92 – 13.28	0.83	0.63
8. ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	3	0.72 – 0.84	15.22 – 17.78	0.85	0.65
9. ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาธารณสุขโลก	3	0.72 – 0.75	12.04 – 12.18	0.78	0.54
10. ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว	3	0.67 – 0.92	12.92 – 13.26	0.83	0.63
ตัวแปรแฝงภายใน					
11. ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว	5	0.83 – 0.90	22.86 – 27.55	0.94	0.77
12. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว	4	0.79 – 0.94	21.98 – 32.63	0.93	0.74

* : t-values > 1.28, p < 0.10; t-value > 1.65, p < 0.05; and t-value > 2.33, p < 0.01, and t-values > 3.09, p < 0.001



จากตารางที่ 4.35 พบว่า ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 1 คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.95 และมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.81 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.85 – 0.95 และ t-value ตั้งแต่ 23.27 – 29.64 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 2 คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.96 และมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.81 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.85 – 0.93 และ t-value ตั้งแต่ 24.32 – 29.42 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 3 คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงิน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.94 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.79 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.78 – 0.93 และ t-value ตั้งแต่ 21.10 – 31.88 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 4 คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายาม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.91 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.77 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.89 – 0.90 และ t-value ตั้งแต่ 22.04 – 24.05 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 5 คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียง (Reputation) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.94 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.76 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.83 – 0.91 และ t-value ตั้งแต่ 21.52 – 25.59 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 6 คือ การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว (Destination awareness) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.88 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.66 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.71 – 0.88 และ t-value ตั้งแต่ 14.53 – 18.32 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 7 คือ ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว (Affective Destination Image) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.83 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.63 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.66 – 0.92 และ t-value ตั้งแต่ 12.92 – 13.28 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 8 คือ ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Destination Image) เกี่ยวกับความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ (Cognitive Destination Image) ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.85 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.65 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.72-0.84 และ t-value ตั้งแต่ 15.22-17.78 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 9 คือ ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Destination Image) เกี่ยวกับสาธารณูปโภคของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.78 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.54 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.72-0.75 และ t-value ตั้งแต่ 12.04-12.18 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายนอกที่ 10 คือ ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.83 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.63 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.867-0.92 และ t-value ตั้งแต่ 12.92-13.26 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายในที่ 1 คือ ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว (Satisfaction) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.94 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.77 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.83 – 0.90 และ t-value ตั้งแต่ 22.86 – 27.55 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

ตัวแปรแฝงภายในที่ 2 คือ ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Loyalty) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร มีความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.93 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เท่ากับ 0.74 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ 0.79 – 0.94 และ t-value ตั้งแต่ 21.98 – 32.63 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า

โดยสรุป พบว่า ตัวแปรแฝงที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 รองลงมาคือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงิน ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียง และความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีค่าความ

เชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 และภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาธารณูปโภค มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

4.1.8 การวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity Analysis)

การวิเคราะห์ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรแฝงมีความจำเป็นในการวิเคราะห์หาภาวะที่ตัวแปรในการวิจัยที่เป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรทำนายด้วยกันมีความสัมพันธ์กันสูงมาก ซึ่งส่งผลทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง (Hair et al., 1998; Tabachnick & Fidell, 2001) การวิเคราะห์ปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ อาจกระทำได้โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สูงเกิน 0.90 แสดงว่าข้อมูลมีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Hair et al., 1995) ยิ่งไปกว่านั้น การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุสามารถกระทำได้โดยการตรวจสอบค่าสถิติ 3 ตัว คือ Tolerance value Variance inflation factor (VIF) และ Condition index (Hair et al., 1998) ค่าสถิติ Tolerance หมายถึงสัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่นๆ ในขณะที่ค่าสถิติ VIF มีค่าเท่ากับส่วนกลับของค่า Tolerance ถ้าค่า Tolerance มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นสูง ในขณะที่ค่า Tolerance ที่ใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นต่ำ และ ค่า VIF ที่ใกล้ 1 แสดงว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุน้อยมากในกลุ่มตัวแปร ค่าสถิติ Condition index เป็นค่าสัดส่วนความแปรปรวนวัดจากค่าไอเกน(eigenvalue) ซึ่งมีเกณฑ์ในการตรวจสอบคือ 30 (Hair et al., 1998) ถ้าค่า Condition index สูงกว่า 30 และ ค่าสัดส่วนความแปรปรวนของตัวแปรที่สูงกว่า 0.50 แสดงว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุสูงมากในกลุ่มตัวแปร จากเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.36 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่ำกว่า 0.90 แสดงว่าข้อมูลมีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุน้อย และจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ได้ค่า Tolerance ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.20– 0.64 และ ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.56-4.97 ซึ่งค่าไม่เกิน 10 ยิ่งไปกว่านั้น ค่า Condition index มีค่าต่ำกว่า 30 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติ 3 ตัวดังกล่าวแสดงว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุระหว่างตัวแปร

4.1.9 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) ระหว่างตัวแปรนั้น ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted) ของตัวแปรแฝงจะต้องมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ยกกำลังสอง ดังนั้นค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ที่ลดต่ำกว่าที่สองแล้วจึงถูกแสดงไว้ในแนวทแยงของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่อยู่ได้แนวทแยง (Green et al., 1995) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ในแนวทแยงนั้นมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในแถวและคอลัมน์ที่ใกล้เคียง ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงมีคุณสมบัติของความเที่ยงตรงเชิงจำแนกระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 4.36 เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้

	y1	y2	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12
ความภักดี (y1)	.86													
ความพึงพอใจ (y2)	.84	.88												
ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ (x1)	.72*	.76*	.90											
ความคุ้มค่าด้านอารมณ์(x2)	.74*	.84*	.79*	.90										
ความคุ้มค่าด้านการเงิน(x3)	.71*	.72*	.71*	.72*	.89									
ความคุ้มค่าด้านความพยายาม (x4)	.51*	.52*	.52*	.48*	.61*	.88								
ความคุ้มค่าด้านชื่อเสียง (x5)	.71*	.72*	.75*	.78*	.73*	.57*	.87							
การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว(x6)	.58*	.59*	.54*	.53*	.51*	.35*	.53*	.81						
ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกลึก (x7)	.57*	.59*	.51*	.53*	.52*	.40*	.50*	.48*	.79					
ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว (x8)	.38*	.39*	.32*	.28*	.31*	.25*	.28*	.58*	.33*	.79				
ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม (x9)	.64*	.62*	.59*	.57*	.55*	.48*	.61*	.54*	.56*	.34*	.81			
ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาธารณสุขโรค(x10)	.56*	.56*	.63	.55*	.60*	.57*	.56*	.41*	.47*	.24*	.61*	.73		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01)

การทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาความพยายามทางการตลาด (การรณรงค์การสื่อสาร การโฆษณาออนไลน์ และการให้บริการของพนักงานบริการ) ที่มีผลต่อคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

4.1.10 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H5a-c วิจัยรณญาณต่องานโฆษณาทัศนคติ ต่อเว็บไซต์ การทำงานด้านการบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.37 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว

		คุณค่าตราของ แหล่งท่องเที่ยว (r)	ระดับ ความสัมพันธ์	ลำดับ ความสัมพันธ์
1. วิจัยรณญาณต่อ งานโฆษณา	Pearson correlation	.418**	ปานกลาง	2
	n	400		
2. ทัศนคติต่อ เว็บไซต์	Pearson correlation	.476**	ปานกลาง	1
	n	201		
3. การทำงานด้าน การบริการ	Pearson correlation	.412**	ปานกลาง	3
	n	257		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01.

จากตารางที่4.37 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง วิจัยรณญาณต่องานโฆษณาทัศนคติ ต่อเว็บไซต์ และการทำงานด้านการบริการ กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า วิจารณ์งานต่องานโฆษณา ทักษะติดต่อเว็บไซต์ และการทำงานด้านการบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 3 ประการ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์ดังนี้ (1) วิจารณ์งานต่องานโฆษณา ($r = .476$) (2) การทำงานด้านการบริการ ($r = .418$) (3) ทักษะติดต่อเว็บไซต์ ($r = .412$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ศึกษาคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว (การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว) ความคุ้มค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคยต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ และความพึงพอใจต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ที่มีผลต่อความภักดีต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

4.1.11 ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H1a-e ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ ความคุ้มค่าด้านอารมณ์ ความคุ้มค่าด้านการเงิน ความคุ้มค่าด้านความพยายาม และความคุ้มค่าด้านชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าที่รับรู้รวมต่อแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H2 ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว (การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวและภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H3 ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H4 ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H6 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H7 ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H8 ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

การตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ผู้วิจัยได้กำหนด โมเดลสมมติฐานการวิจัยและพารามิเตอร์ต่างๆ ที่ต้องประมาณค่า เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และ ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Loyalty) โดยการวิเคราะห์อิทธิพลด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แต่เนื่องจากค่าไค-สแควร์มีความแปรผันไปตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ยิ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ค่าไค-สแควร์จะมีแนวโน้มที่จะมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงควรพิจารณาอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2 / df) ร่วมด้วย จากการวิเคราะห์ พบว่า อัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระมีค่าเท่ากับ 3.22 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาดัชนีวัดระดับความกลมกลืนอื่นๆ (Goodness of fit measures) ร่วมด้วยจะเห็นว่าดัชนีต่างๆ เหล่านี้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ดังนี้ Goodness-of-fit index (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.84, Adjusted goodness-of-fit index (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.80, Tucker-Lewis index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.91, Comparative fit index (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.92, Normed fit index (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.89 Root mean square error of approximation (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.08 และ Root mean square residual (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.21 ดังนั้นผลการวิเคราะห์ แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อิทธิพลของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดี

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized parameter estimates) หรือค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficients) ที่คำนวณได้จากรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐาน พบว่า รูปแบบสมมติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกันดี โดยตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรแฝงภายในความคุ้มค่าารวมมากที่สุด คือ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงรองลงมาได้แก่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.94 และ 0.13 ตามลำดับโดยสัมประสิทธิ์เส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (SMC) หรือค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง X^2 ตัวแปร ที่นำมาศึกษาสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมได้ร้อยละ 76

ตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรแฝงภายในความพึงพอใจคือ ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวม โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.62 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (SMC) หรือค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย พบว่าความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ร้อยละ 39

ตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรแฝงภายในคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยว โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .66 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การทำนายพบว่า ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวได้ร้อยละ 43

ตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรแฝงภายในความภักดีมากที่สุด คือ ความพึงพอใจ รองลงมาได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.56 และ 0.36ตามลำดับโดยสัมประสิทธิ์เส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (SMC) หรือค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง 2 ตัวแปร ที่นำมาศึกษาสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความภักดีได้ร้อยละ 81

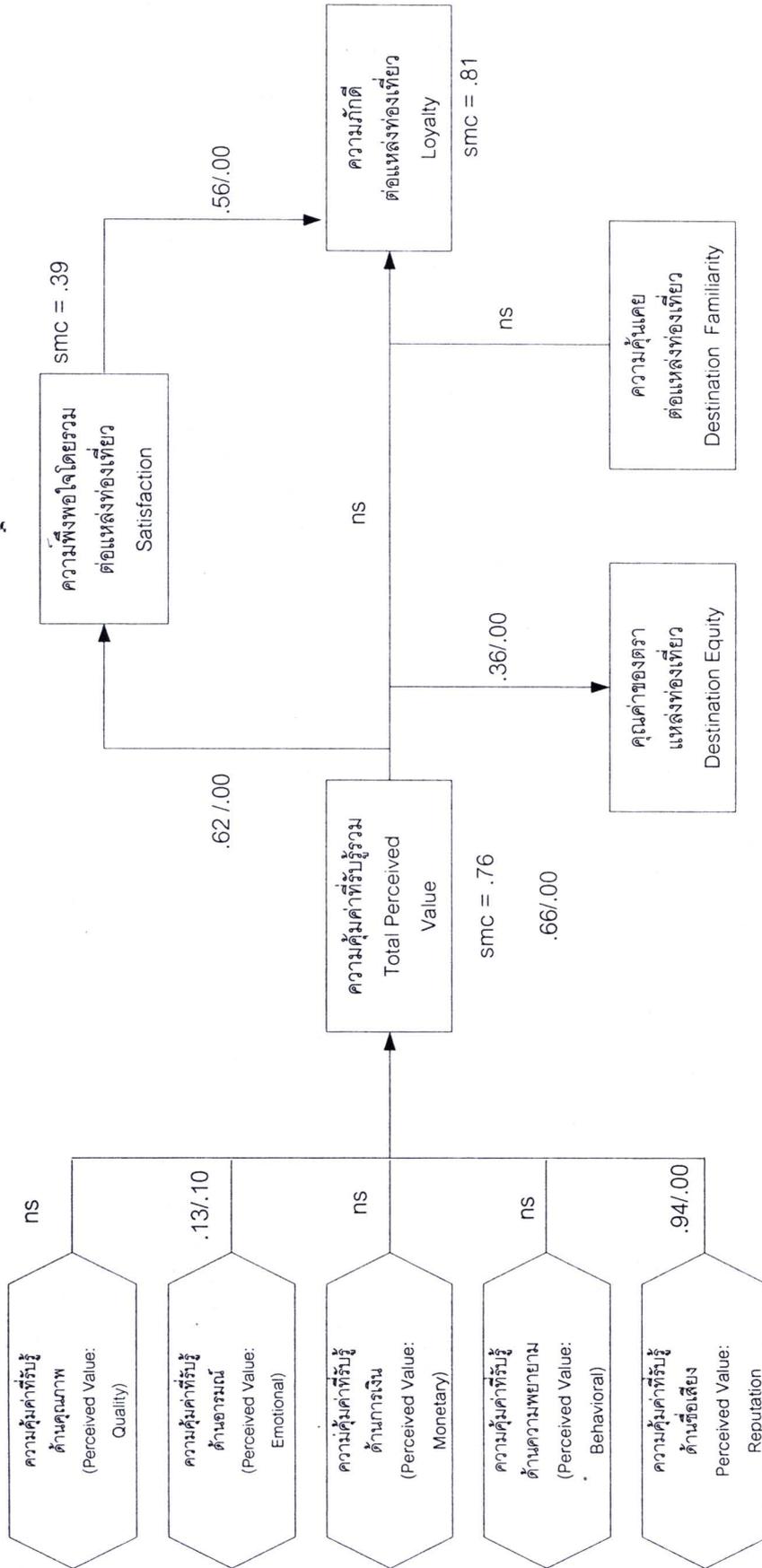
ในทางตรงกันข้ามความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมและความภักดีไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน	t-values*	การยอมรับ สมมติฐาน	
H1a	ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ	ความคุ้มค่า ที่รับรู้โดยรวม	-0.042	0.69	No
H1b	ความคุ้มค่าด้านอารมณ์	ความคุ้มค่า ที่รับรู้โดยรวม	0.125	1.879	Yes
H1c	ความคุ้มค่าด้านการเงิน	ความคุ้มค่า ที่รับรู้โดยรวม	-0.204	-3.55	No
H1d	ความคุ้มค่าด้านชื่อเสียง	ความคุ้มค่า ที่รับรู้โดยรวม	0.936	8.77	Yes
H1e	ความคุ้มค่าด้าน ความพยายาม	ความคุ้มค่า ที่รับรู้โดยรวม	0.036	0.86	No
H2	ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวม	คุณค่าตราของ แหล่งท่องเที่ยว	0.656	12.65	Yes
H3	ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวม	ความพึงพอใจ	0.623	14.58	Yes
H4	ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวม	ความภักดี	0.027	0.65	No
H6	คุณค่าตราของแหล่ง ท่องเที่ยว	ความภักดี	0.359	3.83	Yes
H7	ความพึงพอใจ	ความภักดี	0.560	6.88	Yes
H8	ความคุ้นเคย	ความภักดี	-0.020	-0.08	No
<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (Squared Multiple Correlations, SMC หรือ R^2) ความ พึงพอใจ: SMC = 0.39, คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว : SMC = 0.43 และ ความภักดี: SMC = 0.81</p>					
<p>ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน: ค่าสถิติไค-สแควร์ = 1492.90, จำนวนองศาอิสระ = 463, $\chi^2/df = 3.22$, p value = 0.000, GFI = 0.84, AGFI = 0.80, RMSR = 0.21, TLI = 0.91, CFI = 0.92, NFI = 0.89 และ RMSEA = 0.08</p>					

หมายเหตุ: *p = 0.05, **p = 0.01, ***p = 0.001

* : t-value > 1.65, p < 0.05; and t-value > 2.33, p < 0.01, and t-values > 3.09, p < 0.001



$\chi^2 = 1492.90, DF = 463, P = 0.00, \chi^2 / df = 3.22, RMR = 0.21, = GFI = 0.84, AGFI = 0.80, NFI = 0.89, TLI = 0.91, CFI = 0.92, RMSEA = 0.08$

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ศึกษาความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคในรูปแบบของค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยว การพักค้างคืน การท่องเที่ยวซ้ำ

4.1.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวกับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ H9a-c ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม (ค่าใช้จ่ายรวม การพักค้างคืน การท่องเที่ยวซ้ำ)

การทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติทดสอบคือ Pearson correlation และ Chi-square ดังนี้

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว		
	Pearson correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยว	.031	.548	-
2. การพักค้างคืน	-.165*	.014	ต่ำ
3. การท่องเที่ยวซ้ำ	.203**	.002	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมด้านการพักค้างคืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับด้านการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มักกับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร			ค่าใช้จ่ายรวม		Total	Person Chi- Square (χ^2)	Sig.
			ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 1,575 บาท	มากกว่า 1,575 บาท			
ความ ภักดี	ความภักดี ต่ำ	Count	102	92	194	.853	.356
		Expected Count	97.5	96.5	194		
		% within ความ ภักดี	52.6%	47.4%	100.0%		
	ความภักดี สูง	Count	88	96	184		
		Expected Count	92.5	91.5	184		
		% within ความ ภักดี	47.8%	52.2%	100.0%		
b 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 91.51							

จากตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวกับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .356 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวม

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยวกับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร			การพักค้างคืน		Total	Person Chi- Square (χ^2)	Sig.
			ค้างคืน	ไม่ค้าง คืน			
ความ ภักดี	ความภักดี ต่ำ	Count	112	98	210	1.528	.216
		Expected Count	118.1	91.9	210		
		% within ความ ภักดี	53.3%	46.7%	100.0%		
	ความภักดี สูง	Count	113	77	190		
		Expected Count	106.9	83.1	190		
		% within ความ ภักดี	59.5%	40.5%	100.0%		
b 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 83.13.							

จากตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการพักค้างคืน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .216 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการพักค้างคืน

ในกรณีนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิง พฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวม และด้านการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยว คือ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิฐานะ รูปแบบของการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวคือ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิฐานะ รูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งรายละเอียดของการทดสอบจะอยู่ในภาคผนวก

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มากับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

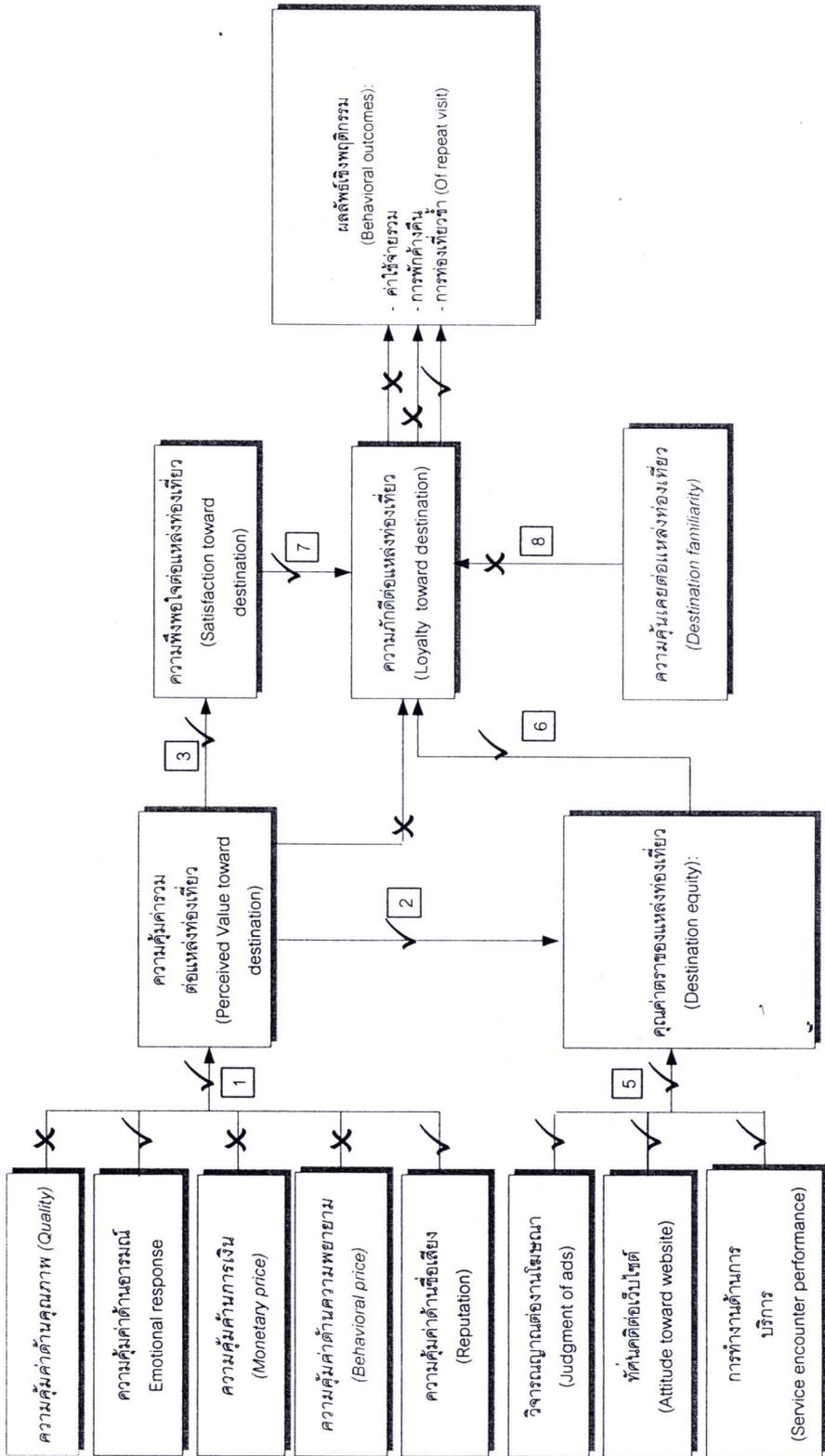
ตัวแปร			การท่องเที่ยวซ้ำ		Total	Person Chi- Square (χ^2)	Sig.
			ท่องเที่ยว เป็นครั้งแรก	ท่องเที่ยว ซ้ำ			
ความ ภักดี	ความภักดี ต่ำ	Count	104	80	184	50.792**	.000
		Expected Count	70.5	113.5	184.0		
		% within ความ ภักดี	56.5%	43.5%	100.0%		
	ความภักดี สูง	Count	39	150	189		
		Expected Count	72.5	116.5	189.0		
		% within ความ ภักดี	20.6%	79.4%	100.0%		

b 0 cells (0%) have expected count less than 5. than minimum expected count is 70.54.

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4.48 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวกับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการท่องเที่ยวซ้ำในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความภักดีมีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการท่องเที่ยวซ้ำกล่าวคือ 43.5% ของนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่ำจะมีการท่องเที่ยวซ้ำ และ 79.4% ของนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีสูงจะมีการท่องเที่ยวซ้ำ

4.1.13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยว

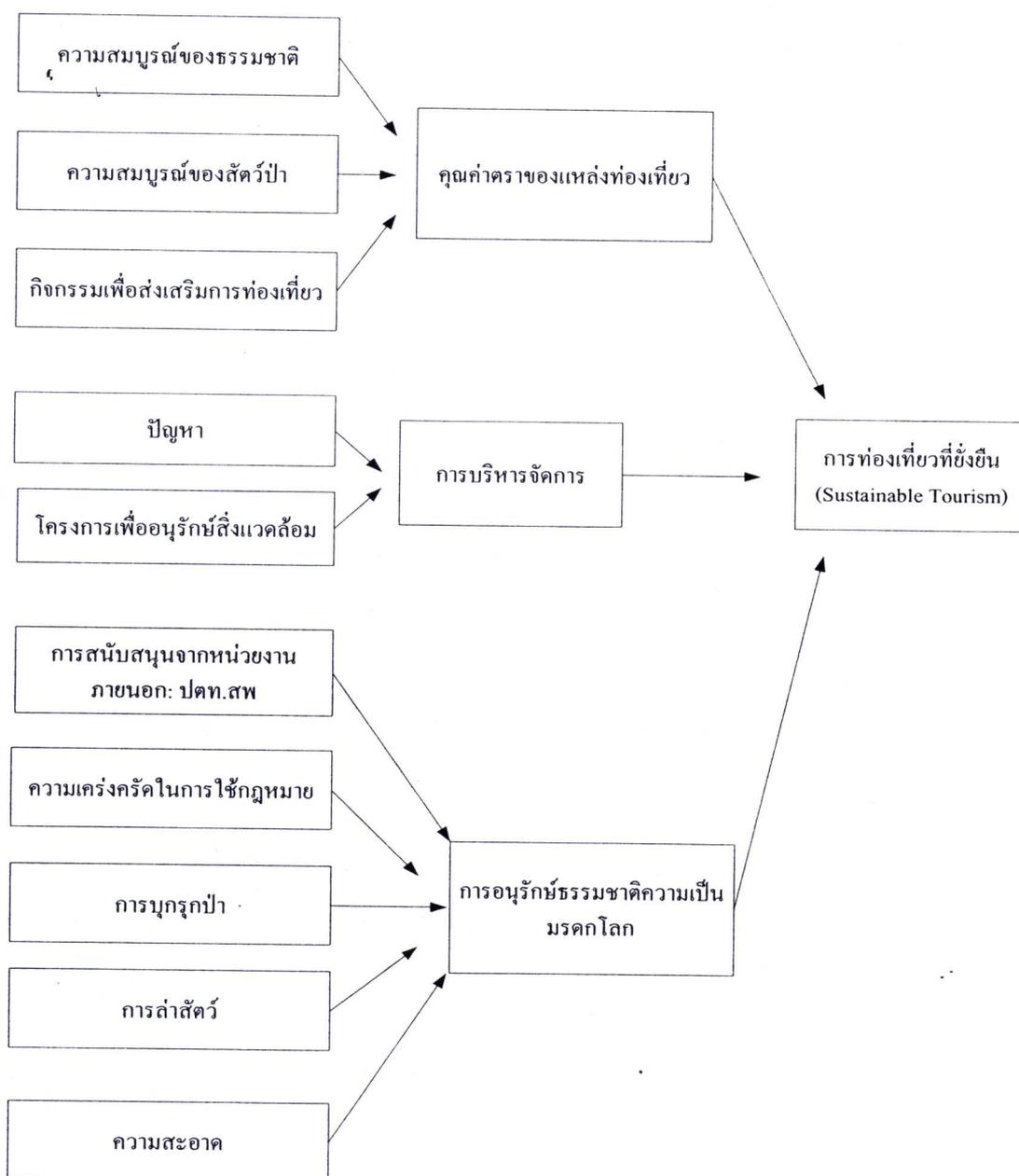


หมายเหตุ: ✓ หมายถึง เป็นไปตามสมมติฐาน X หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 รวบรวมแนวคิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/เจ้าหน้าที่อุทยาน รวมทั้งสิ้นจำนวน 75 คน โดยจะเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของอุทยานแห่งชาติทั้ง 5 แห่งตามโมเดลต่อไปนี้



อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

“มีพื้นที่ป่าประมาณ 1.3 ล้านไร่ (2,080 ตารางกิโลเมตร) มีความหลากหลายของระบบนิเวศ ความสวยงามและทัศนียภาพ ซึ่งเขาใหญ่ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกทำให้ได้รับการดูแลเป็นพิเศษ มีการกำหนดแนวเขตพื้นที่ป่าที่ชัดเจน”

“มีพันธุ์ไม้ เช่น ไม้กฤษณาและพันธุ์ไม้หายากอื่นๆ มีแหล่งน้ำตกที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคือ น้ำตกเหวสุวัต น้ำตกเหวนรก”

1.2 ความสมบูรณ์ของสัตว์ป่า

“มีการผสมพันธุ์ระหว่างชะนีมงกุฎกับชะนีมือขาวซึ่งมีที่เดียวในโลก”

“สัตว์ป่ามีหลายชนิด แต่ที่นักท่องเที่ยวชอบมาดูคือ ช้าง และกระทิงซึ่งเป็นสัตว์ที่หายาก มีกระเข้ น้ำจืด สัตว์ป่ามีการอยู่อาศัยตามธรรมชาติในปัจจุบันสัตว์จะออกมาหากินตอนกลางวันมากขึ้นแตกต่างจากเมื่อก่อนที่สัตว์จะไม่ออกมาหากินตอนกลางวันหรือออกมาให้คนเห็น”

“พบนกจำนวนไม่น้อยกว่า 293 ชนิด และมีอยู่ 200 ชนิด ที่พบว่าอาศัยป่าเขาใหญ่เป็นแหล่งอาหารและที่อยู่อาศัยอย่างถาวร นกที่น่าสนใจได้แก่ นกเงือกซึ่งถือเป็นตัวบ่งชี้ว่าป่านั้นยังคงความอุดมสมบูรณ์ ที่พบบนเขาใหญ่มีอยู่ 4 ชนิด นอกจากนั้นยังมีนกที่พบเห็นได้บ่อย ได้แก่ นกขุนทอง นกขุนแผน นกพญาไฟ นกเด้าแล้ว นกโพระดก นกแซงแซว นกเขา นกกระปูด ไก่ฟ้า และนกกินแมลงชนิดต่างๆ ส่วนผีเสื้อมีอยู่ประมาณ 5,000 ชนิด”

1.3 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

“มีความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กางเต็นท์พักแรม การส่องสัตว์ ดูนก ล่องแก่ง เทียวน้ำตก ชมพรรณไม้ แคมป์ปิ้ง กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ชมทิวทัศน์ ที่บริเวณผาเด็ยวคายช่วงเช้าๆ จะเห็นฝูงนกเงือก และหมอกที่สวยงาม”

“อุทยานฯ ได้สร้างหอสูงสำหรับส่องดูสัตว์อยู่สองจุด คือ บริเวณมอสิงโตและหนองผักชี บริเวณที่ตั้งหอดูสัตว์เป็นทุ่งหญ้าซึ่งเจ้าหน้าที่อุทยานฯ จะเผาทุกปีเพื่อให้เกิดหญ้าอ่อน หรือหญ้า

ระดับขึ้นสำหรับเป็นอาหารสัตว์ และยังมีโปงคินเค็มที่เป็นแหล่งเกลือแร่ของสัตว์ต่าง ๆ อยู่ด้วย นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถส่องสัตว์ในเวลากลางคืนสามารถติดต่อที่ทำการอุทยานฯ ได้”

“เขาใหญ่เหมาะเป็นที่ดูนกและผีเสื้อ นกที่น่าสนใจได้แก่ นกเงือกซึ่งถือเป็นตัวบ่งชี้ว่าป่านั้นยังคงความอุดมสมบูรณ์ ส่วนผีเสื้อมีอยู่ประมาณ 5,000 ชนิด”

“การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ มีเส้นทางให้เลือกกว่า 20 เส้นทางที่ต่างกันทั้งความงามของธรรมชาติ และระยะทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินป่ามีตั้งแต่ 1-2 ชั่วโมง เช่น เส้นทางศึกษาธรรมชาติกองแก้ว เส้นทาง กิโลเมตรที่ 33 (ถนนพระราชต์-หนองผกชี) หรือที่ต้องเข้าไปพักค้างแรมในป่า เช่น เส้นทางน้ำตกนางรอง-เขาใหญ่ เส้นทางเขาสมอปูน หรือเส้นทางหน่วยฯ เขาใหญ่ 4- น้ำตกวังเหว เป็นต้น โดยสามารถติดต่อขอรายละเอียดและเจ้าหน้าที่นำทางได้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว”

“ชาวบ้านมีการเพาะเห็ดขายและเป็นมัคคุเทศก์ เป็นลูกหาบให้นักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็เป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนด้วย”

“มีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี โดยความร่วมมือระหว่างอุทยานฯ กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”

2. การบริหารจัดการ

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาในการบริหารจัดการ

“ในส่วนการดำเนินงานของอุทยานฯ พนักงานควรได้รับการอบรมเพื่อให้มีความรู้ในหลายด้าน เพื่อนำมาใช้เสริมในงานอนุรักษ์ เช่น งานสื่อความหมายของธรรมชาติ งานป้องกันปราบปรามงานดูแลนักท่องเที่ยว งานสร้างมวลชน เป็นต้น”

“ตำแหน่งพนักงานพิทักษ์ป่าปัจจุบันปรับเป็นพนักงานราชการ ซึ่งไม่ตรงตามกฎหมายด้วยไม่ได้สร้างให้มีองค์ความรู้ รัฐไม่ได้ให้ความสำคัญกับตำแหน่งพนักงานพิทักษ์ป่า มีเงินเดือนน้อย ไม่มีสวัสดิการ ทางอุทยานฯ ต้องจัดหาสวัสดิการให้เจ้าหน้าที่เอง ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาได้เพียงบางส่วน”

“จำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถให้บริการได้ทั่วถึง มีปัญหาด้านที่พัก ลานกางเต็นท์ และห้องน้ำที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว”

“นักท่องเที่ยวก็ไม่ค่อยรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางศึกษาธรรมชาติ จึงอยากส่งเสริมในเรื่องนี้แต่ก็มีปัญหาเรื่องเจ้าหน้าที่มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ”

“ผู้ที่จะเป็นหัวหน้าอุทยานฯ ควรจะต้องมาฝึกเป็นผู้ช่วยหัวหน้าอุทยานฯ ที่เขาใหญ่ก่อน เพื่อเรียนรู้ระบบบริหารจัดการก่อนที่จะไปดำรงตำแหน่งหัวหน้าอุทยานฯ แต่ละที่ เพราะเขาใหญ่เป็นอุทยานฯ แม่แบบ แต่ปัจจุบันนี้การปฏิบัติได้เริ่มเปลี่ยนไปเนื่องจากการเมืองท้องถิ่นหรือการเมืองของประเทศ”

“เขาใหญ่มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 60 ล้านบาทต่อปี แม้ว่าทางอุทยานฯ จะมีส่วนแบ่งประมาณ 15% ของรายได้ แต่ก็ยังขาดแคลนงบประมาณเกี่ยวกับอุปกรณ์ต่างๆ”

“บางพื้นที่ชาวบ้านเข้าไปอยู่ก่อนที่จะประกาศเป็นมรดกโลก รัฐบาลก็ไม่สามารถผลักดันให้ชาวบ้านออกมานอกพื้นที่ได้ ไม่สามารถไปชี้ชัดได้ว่าจะให้ออกหรือให้อยู่ สุดท้ายแล้วชาวบ้านก็ยังอยู่ในพื้นที่ตรงนั้น เป็นปัญหาเรื้อรังและยังมีการสร้างรีสอร์ท แต่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ค่อนข้างชัดเจนในเรื่องพื้นที่ป่า”

2.2 โครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

“มีโครงการทำเส้นทางเดินของสัตว์ป่าโดยให้สามารถเชื่อมต่อกันของอุทยานฯ ทั้ง 5 แห่ง”

“มีการจัดโครงการสื่อมวลชนสัมพันธ์ โดยการเข้าไปให้ความรู้กับนักเรียน นักศึกษาตามสถานศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นสื่อกลางในการบอกต่อกับผู้ปกครอง และให้ความรู้กับชาวบ้านในแต่ละหมู่บ้าน ทำให้ได้รับความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ”

3. การอนุรักษ์ธรรมชาติความเป็นมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติความเป็นมรดกโลกใน 5 ประเด็น ดังนี้

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

“มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนใช้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งในการฝึกอบรม การจัดสัมมนา และการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับเยาวชนและพนักงาน ภาครัฐ และเอกชน”

“อุทยานฯ ได้รับความร่วมมือจากมูลนิธิเขาใหญ่ ในการอบรมเยาวชนเกี่ยวกับการอนุรักษ์เขาใหญ่ หน่วยงานอบต.และเทศบาล ซึ่งเป็นส่วนที่ได้ใช้ทรัพยากรทางตรง มีการทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับทหารเพื่อช่วยในการลาดตระเวนการล่าสัตว์ ส่วนตำรวจช่วยในการดูแลพื้นที่รอบๆ ซึ่งเป็นการขอความร่วมมือซึ่งกันและกันกับหน่วยงานต่างๆ และขณะนี้ทางอุทยานฯ กำลังดำเนินโครงการความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้วย”

“เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางและมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสวยงาม ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงให้การสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับอุทยานแห่งชาติอื่น”

“ผู้ประกอบการในพื้นที่ได้มาร่วมกิจกรรมการอบรมเกี่ยวกับอุทยานฯ ปีละ 2-3 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกลุ่มรักกระทิง กลุ่มรักช้าง กลุ่มอนุรักษ์ป่า เป็นต้น”

3.2 ความเคร่งครัดในการใช้กฎหมาย

“ความเคร่งครัดในการใช้มาตรการควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมายและมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบที่เพียงพอ”

“ตามแนวเขตรอบนอกอุทยานฯ จะมีที่พักของเอกชนจำนวนมาก ซึ่งอุทยานฯ ไม่อนุญาตให้มีการสร้างที่พักด้านบนอุทยานฯ มากนัก เพราะจะเป็นการทำลายระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ แต่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนบริเวณลานโดยกางเต็นท์ได้ การที่นักท่องเที่ยวขึ้นมาเที่ยวแล้วกลับลงไปพักที่ด้านล่างยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนและลดปัญหาเรื่องขยะได้ด้วย”

3.3 การบุกรุกป่า

“การที่เขาใหญ่ได้เป็นมรดกโลกก็เป็นสิ่งที่ดี ทำให้ประเทศได้พัฒนาขึ้นอีกระดับหนึ่ง แต่ก็มีข้อเสียคือ เกิดการบุกรุกป่าในกรณีที่ชาวบ้านมีพื้นที่ติดกับพื้นที่ป่ามรดกโลก ซึ่งไม่มีเอกสารสิทธิ์แต่ทำกินมานานแล้วและช่วงหลังมีการขายสิทธิ์อย่างไม่เป็นทางการให้กับเอกชนเพื่อนำไปสร้างเป็นรีสอร์ท ตลอดจนการตัดไม้ทำลายป่า”

“ยังมีชาวบ้านบางคนที่เข้าไปหาของป่า เช่น หวาย เห็ด กล้วยไม้ หน่อไม้ ออกมาจำหน่ายโดยเฉพาะไม้หอมซึ่งมีราคาแพงทำให้ยังมีผู้ยอมเสี่ยงถูกจับกุมจากเจ้าหน้าที่ เพราะคุ้มกับค่าตอบแทนที่ได้จากการนำไม้หอมไปขายให้กับนายทุน”

3.4 การล่าสัตว์

“การล่าสัตว์ยังมีอยู่บ้างจากกลุ่มคนต่างถิ่นที่เข้ามา ส่วนคนในชุมชนไม่มีการล่าสัตว์ ถ้าเป็นสัตว์ทั่วไปก็จะล่าเพื่อเป็นอาหาร แต่ถ้าเป็นช้าง กระทิง มักจะได้รับการจ้างให้ล่ามากกว่า”

“การล่าสัตว์ในบริเวณใกล้เคียง ในเวลากลางคืนซึ่งชาวบ้านได้ยินเสียงปืนเป็นประจำ”

“สัตว์ป่าหลายชนิดในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ได้สูญเสียดังชาติญาณป่า จนไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นสัตว์ป่าอีกต่อไป เช่น ผึ้งลิงกังออกมาจับกลุ่มตามถนนเพื่อคัดกรองรถยนต์ของนักท่องเที่ยว เมื่อรถผ่านมาก็จะเดินเข้าหาทันทีเพื่อขอเศษขนมและอาหาร”

3.5 ความสะอาด

“มีการจัดการเรื่องขยะโดยทางอบต.จะมีรถมาจัดเก็บขยะ การลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักด้านบนอุทยานฯ ก็สามารถช่วยลดเรื่องปริมาณของขยะได้”

“ขยะจากการท่องเที่ยวมีจำนวนเยอะมากทำให้มีปัญหาเรื่องการจัดเก็บบ้าง ซึ่งทางอุทยานฯ มีรณขะที่ทำการเก็บขยะทุกวันอยู่แล้ว ส่วนปัญหาเรื่องความสกปรกของแหล่งน้ำก็ไม่มี เพราะห้าม นำอาหารและเครื่องดื่มขึ้นไป โดยอุทยานฯ ได้เริ่มนโยบายนี้มาได้ 5-6 ปีแล้ว”

การท่องเที่ยว

“ชาวต่างชาติมักจะมาเที่ยวช่วงฤดูฝน แต่นักท่องเที่ยวคนไทยมักจะมาเที่ยวช่วงฤดูหนาว แต่เขาใหญ่สามารถเที่ยวได้ตลอดปี ซึ่งเขาใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 2-3 พันคน ถ้าช่วงเทศกาลก็ประมาณหมื่นคน ทำให้ลานกางเต็นท์ไม่เพียงพอต้องเปิดลานสนามกอล์ฟเพิ่ม”

“นักเรียนนักศึกษา คณะทัวร์ของผู้ประกอบการต่างๆ มักจะมาท่องเที่ยวกันในช่วงเดือน ตุลาคม-กุมภาพันธ์ ส่วนช่วงอื่นๆ ก็มีบ้างประปราย ช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม จะมีจำนวน นักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดเนื่องจากเป็นหน้าแล้งไม่ค่อยสวยงาม”

แหล่งท่องเที่ยว

1. ด้านธรรมชาติที่สวยงาม

น้ำตกสาริกา น้ำตกกองแก้ว น้ำตกผากล้วยไม้ น้ำตกเหวสุวัต น้ำตกเหวนรก น้ำตกไม้ปล้อง น้ำตกวังเหว น้ำตกตะคร้อ น้ำตกสลัดไค และ น้ำตกส้มป่อย น้ำตกแก่งกฤษณา น้ำตกเหวจักจั่น น้ำตกผาไทรคู่ น้ำตกผากระชาย น้ำตกผาค่านช้าง และน้ำตกผามะนาวยักษ์ แก่งหินเพิง น้ำตกเหว ไทร น้ำตกเหวประทุน น้ำตกตาดมะนาว น้ำตกตาดตาภู น้ำตกตาดตาก กลุ่มน้ำตกผาตะแบก น้ำตก นางรอง น้ำตกธารทิพย์

จุดชมทิวทัศน์ กม.30 จุดชมทิวทัศน์เขาเขียว (ผาเดียวดาย) หอดูสัตว์ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ เส้นทางเดินป่าประเภทไม่พักแรม เส้นทางเดินป่าประเภทท่องเที่ยว เส้นทางดูนก ส่องสัตว์

2. ด้านประวัติศาสตร์

ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ สร้างขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2505 ตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 24 ถนนธนรัชต์ เส้นทาง ขึ้นเขาใหญ่ด้านอำเภอปากช่อง นักท่องเที่ยวที่ผ่านเข้าอุทยานแห่งชาติ และประชาชนทั่วไปมักแวะ ไปกราบไหว้ขอโชคลาภและขอพรอยู่เสมอ

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“ในสภาพปัจจุบันป่าเขาใหญ่คล้ายอยู่อย่างโดดเดี่ยว ภายใต้การดูแลโดยลำพังของภาครัฐ ปัญหาต่างๆ ที่ประสบทั้งจากการลักลอบล่าสัตว์ ตัดไม้ การบุกรุกแนวเขต และจากนักท่องเที่ยวที่ ขาดวินัย ผู้คนยังละเลยและขาดความเข้าใจถึงคุณค่าของผืนป่าใหญ่แห่งนี้ แต่เขาใหญ่จะคงสภาพ

และคงคุณค่าอยู่ได้อีกนานเท่านั้น トラบเท่าที่เราทุกคนจะให้ความสำคัญ และก้าวเข้ามาเป็นกำลังหลักในการปกป้องดูแลรักษาผืนป่าเขาใหญ่แห่งนี้”

ข้อเสนอแนะ

“อยากให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมการก่อสร้างในพื้นที่ใกล้เคียงกับอุทยานฯ โดยเฉพาะอำเภอวังน้ำเขียว ซึ่งเป็นพื้นที่แหล่งโอโซนอันดับ 7 ของโลก เพราะวังน้ำเขียวมีพื้นที่ไม่ใหญ่มากนัก ถ้าไม่มีการควบคุมสิ่งปลูกสร้างให้ดีอาจส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพและสิ่งแวดล้อมโดยรวมได้”

“ต้องการให้ทางรัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือด้านสวัสดิการสำหรับพนักงานพิทักษ์ป่าให้มากกว่านี้ และให้การสนับสนุนแก่โรงเรียนพิทักษ์ป่า เพราะจะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกการลาดตระเวน การฝึกระเบียบวินัย การให้ความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว คู่มือ หิน และสัตว์ป่าแต่ละชนิดได้”

อุทยานแห่งชาติทับลาน

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติทับลานมีคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

“มีความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติอย่างมาก มีความหลากหลายของพันธุ์พืชธรรมชาติ พืชที่โดดเด่นคือ ต้นลาน ซึ่งป่าลานจะมีเฉพาะบางท้องที่เท่านั้น โดยจะขึ้นเฉพาะพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด ป่าลานนับเป็นแหล่งกำเนิดของแม่น้ำ ลำธารต่างๆ และต้นตะเคียนทอง ซึ่งเป็นต้นไม้ที่หายาก”

“ไม้ลานเป็นพืชในตระกูลปาล์ม (Palmae) ต้นลาน เมื่ออายุได้ประมาณ 60 ปี จะมีต้นสูงใหญ่ราว 10 เมตร และจะออกดอกเพียงครั้งเดียวในชีวิต หลังจากนั้นต้นลานจะตายลง และให้เมล็ดที่ร่วงลงมาเป็นต้นใหม่แทน”

“มีป่าที่มีความสมบูรณ์มาก 4 ประเภท คือ ป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ป่าดิบชื้น และป่าดิบแล้ง ป่าถูกทำลายน้อยทำให้ระบบนิเวศมีความสมดุล และมีแหล่งน้ำที่หล่อเลี้ยงภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ป่ามีลักษณะของการเชื่อมต่อกันทั้ง 5 แห่งจึงทำให้ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก”

1.2 ความสมบูรณ์ของสัตว์ป่า

“มีสัตว์ป่าที่อุดมสมบูรณ์ โดยบริเวณป่าลานเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าที่สามารถปรับตัวอยู่ในสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้แก่ กระจอก หนู กระต่ายป่า พังพอน เก้ง กวางป่า เขี้ยวขวาน นกคุ้มอกกลาย กิ้งก่าหัวแดง ตู๊กแกบ้าน กิ้งก่าหางยาว อีง่าบ้าน และคางคก เป็นต้น”

“สัตว์ป่าที่โดดเด่นคือ เสือโคร่งและเสือดายเมฆ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 8 ตัว ทางอุทยานฯ ได้รับความร่วมมือกับกลุ่มเพื่อนป่าทำการสำรวจป่าโดยการติดตั้งกล้องไว้เพื่อสำรวจพฤติกรรมของเสือนอกจากนี้ยังมีช้างป่า กระทิง วัวแดง เสือผา ส่วนผีเสื้อมูลหลวงจะมีอยู่ที่เดียวบริเวณผาเก็บตะวัน”

“ในฤดูแล้งบางพื้นที่ป่าอาจจะไม่มีอาหารที่เพียงพอ ทำให้สัตว์ออกมาหากินข้างนอก”

1.3 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

“อุทยานฯ จะไม่มีบ้านพักแต่จะให้นักท่องเที่ยวกางเต็นท์ได้ และการให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ด้วย โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและให้เกิดผลกระทบต่อชนชาติน้อยที่สุด”

“อุทยานฯ ได้รับการจัดอันดับว่าเป็นแหล่งที่มีอากาศบริสุทธิ์เป็นอันดับ 7 ของโลก ทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม นำวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวด้วย โดยมีกิจกรรมการเที่ยวชมวิถีชุมชน การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำไร่ร่องนุ สิ้นค้าโอท็อป โฮมสเตย์ เครื่องจักสาน และการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชนกลับไปเป็นของฝากด้วย ก่อให้เกิดรายได้กับชุมชนอีกทางหนึ่ง”

“มีกิจกรรมที่สามารถทำได้ทั้งครอบครัว เช่น ร่วมปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติโดยนักท่องเที่ยวจะซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ถุงละ 10 บาท แล้วใช้ไม้ยางสดที่ยออกไปที่หน้าผา เมื่อฝนตกและมีความชื้นพอเหมาะ ไม้ถุงหมูปอดี เมล็ดพันธุ์ก็จะแตกหน่อโตเป็นต้นกล้าและเติบโตเป็นต้นไม้ต่อไป”

2. การบริหารจัดการ

อุทยานแห่งชาติทับลานมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาในการบริหารจัดการ

“ปัญหาเรื่องการสร้างทางเชื่อมนั้นตอนนี้อยู่ในระหว่างการศึกษาข้อมูลและหารือร่วมกัน แต่ชาวบ้านต้องการให้ทำเป็นอุโมงค์มากกว่าเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสัตว์ ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการทำประชาพิจารณ์”

“ปัญหาการบริหารจัดการในด้านจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ซึ่งทางอุทยานฯ ได้พยายามเสริมสร้างประสิทธิภาพของบุคลากรโดยการฝึกอบรม การขาดแคลนอุปกรณ์ เช่น จีพีเอส สำหรับออกปฏิบัติงานในพื้นที่ทั้งหมด 1.4 ล้านไร่”

“ปัญหาด้านที่พักไม่เพียงพอ แต่ถ้าเป็นเดือนที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก เรื่องน้ำ-ไฟก็ไม่เพียงพอต้องจุดเทียนหรือใช้ไฟฉายที่นักท่องเที่ยวนำมาเอง แต่มองในอีกแง่หนึ่งถ้ามีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคก็อาจทำให้ความเป็นธรรมชาติลดลง”

“ความปลอดภัยของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวน”

2.1 โครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

“การประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านรู้ถึงความสำคัญของป่าและต้องช่วยกันอนุรักษ์ไว้ มีการจัดโครงการฝึกอบรมให้กับเยาวชนและผู้นำชุมชนในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าเพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นมรดกโลก โดยให้เยาวชนเป็นสื่อกลางในการอนุรักษ์ และมีการอบรมเยาวชนอาสาสมัครนำเที่ยวนักเรียนในโรงเรียนต่างๆ”

“มีการอนุรักษ์และขยายป่าลานจัดทำโครงการคืนลานสู่ป่า โดยการเพาะเมล็ดของต้นลาน โดยวงจรของต้นลานมีดังนี้ เดือนสิงหาคม-กันยายน ต้นลานจะออกดอกและติดลูกอ่อน เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ลูกลานจะแก่เต็มที่ และเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ลูกลานจะร่วงและต้นลานจะเหี่ยวเฉามีการปลูกลานเป็นประจำ โดยการจัดโครงการคืนลานสู่ป่าซึ่งได้รับความร่วมมือจากชุมชนและหน่วยงานเอกชน”

“มีการอนุรักษ์และจัดการต้นน้ำโดยการจัดทำฝายแม้วเพื่อเก็บน้ำ การทำฝายผสมผสานฝายต้นน้ำ ซึ่งได้ดำเนินการไปแล้วบางส่วน”

“มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนใช้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งในการฝึกอบรม การจัดสัมมนา และการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับเยาวชนและพนักงาน ภาครัฐ และเอกชน”

3. การอนุรักษ์ความเป็นธรรมชาติความเป็นมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติทับลานมีการอนุรักษ์ความเป็นมรดกโลกใน 5 ประเด็น ดังนี้

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

“ได้รับความร่วมมือกับทหารในการลาดตระเวน ป้องกันและปราบปรามการลักลอบตัดไม้และการล่าสัตว์”

“มีเวทีพูดคุยระหว่างชุมชนกับอุทยานฯ ในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากชุมชนมากขึ้นกว่าเดิม ส่วนความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐยังอยู่ในระดับเดิม ตั้งแต่ประกาศให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลก”

“ได้รับการสนับสนุนจากปตท.สผ. ในการจัดทำโครงการคืนลานสู่ป่า และให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในโครงการนี้ด้วย โดยเน้นการใช้ประโยชน์จากไบลาน การให้ชุมชนเพาะกล้าลานแล้วทางอุทยานฯ รับผิดชอบ และการปลูกลานในพื้นที่ตนเอง เพื่อนำไบลานมาทำผลิตภัณฑ์จากไบลาน”

“มีหน่วยงานอนุรักษ์ และการสร้างให้ชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยให้ชุมชนเข้ามาเป็นกรรมการดำเนินงานร่วมกับอุทยานฯ”

“ได้รับความร่วมมือจากอบต. ในการจัดสรรงบประมาณมาให้ในการจัดโครงการอบรมเยาวชน ถ้าโครงการใดเป็นโครงการที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากก็จะเสนอของบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ”

“มีนักเรียนนักศึกษาและชมรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติของบริษัทเอกชนต่างๆ เข้ามาทำกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เช่น การบำรุงรักษาป่า การฟื้นฟูป่า การปลูกป่า การบริจาคกล้าไม้ เป็นต้น”

3.2 ความเคร่งครัดในการใช้กฎหมาย

“เนื่องจากพื้นที่บางส่วนของอุทยานแห่งชาติทับลานมีปัญหาพื้นที่ทับซ้อนกับหน่วยงานของรัฐและชุมชน จึงเกิดปัญหาข้อขัดแย้งในเรื่องสิทธิการครอบครองพื้นที่ ซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรัง ยังไม่สามารถแก้ไขได้”

3.3 การบุกรุกป่า

“ในอดีตป่าลานที่อุดมสมบูรณ์มีขึ้นอยู่กระจายทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อมามีการขยายตัวของพื้นที่เกษตรกรรม จึงทำให้ป่าลานได้ถูกบุกรุกทำลายลงไปมาก จนปัจจุบันคงเหลือป่าลานแห่งสุดท้าย คือ บริเวณบ้านทับลาน บ้านขุนศรี บ้านบุพราหมณ์ และบ้านวังมืด จังหวัดปราจีนบุรี”

“การบุกรุกป่าโดยเอกชนและผู้มีอำนาจ (ทั้งจากภาครัฐและนักการเมืองในท้องถิ่น) ซึ่งซื้อสิทธิอย่างไม่เป็นทางการมาจากชาวบ้านแล้วนำมาทำเป็นรีสอร์ท”

“ประเด็นปัญหาเรื่องการออกเอกสารสิทธิให้กับชุมชนและภาคเอกชน โดยเฉพาะบริเวณที่ติดกับพื้นที่ป่ามรดกโลก”

“การจัดสรรพื้นที่ป่าให้กับชาวบ้านทำกิน ให้สิทธิแก่ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ป่าก่อนการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ และไม่มีปัญหาการบุกรุกเพิ่มเติมของชาวบ้าน”

3.4 การล่าสัตว์

“ปัจจุบันยังมีปัญหาการล่าสัตว์อยู่บ้างแต่น้อยมาก โดยจะเป็นการล่าเพื่อนำมาเป็นอาหาร เช่น หมูป่า ไก่ป่า กระต่ายป่า”

3.5 ความสะอาด

“อุทยานฯ ประสบปัญหาในการจัดการขยะมูลฝอยคือ”

“อุทยานแห่งชาติทับลานมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนไม่มาก และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่มีปัญหาในการจัดการเรื่องการจัดการขยะ และอุทยานฯ มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการจัดการในเรื่องนี้ แต่สิ่งที่ยังขาดแคลนอยู่คือเตาเผาขยะ”

“มีการบริหารจัดการด้านความสะอาด โดยการจัดหาถังขยะมาให้เพียงพอ และยังมีอบต.ที่เข้ามาช่วยในการจัดการเรื่องขยะ นอกจากนี้อุทยานฯ ยังได้มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวให้ความร่วมมือเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดพื้นที่ป่าและแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่สถานที่ท่องเที่ยวจะอยู่บริเวณแนวรอบของอุทยานฯ มากกว่า”

“บริเวณ โดยรอบอุทยานแห่งชาติทับลาน มีโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวของเอกชนเป็นจำนวนมากอยู่ จึงทำให้ประสบปัญหาด้านการจัดการเรื่องขยะเป็นอย่างมาก เนื่องจากพื้นที่ในการทิ้งขยะไม่เพียงพอที่จะรองรับและกำจัดขยะจำนวนมากได้ จึงประสบกับปัญหาขยะที่ส่งกลิ่นเหม็น เป็นมลพิษต่อชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงพื้นที่ทิ้งขยะ”

การท่องเที่ยว

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯ เพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด โดยช่วงกลางวันมักทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรอบพื้นที่อุทยานฯ แล้วแวะมาพักค้างคืนที่อุทยานฯ”

“นักท่องเที่ยวที่มาส่วนใหญ่อายุประมาณ 30 ปีขึ้นไป และมักเป็นครอบครัว เป็นกลุ่มและมานอนกางเต็นท์กัน”

“ช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปีใหม่ นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนมากประมาณหมื่นกว่าคนต่อปี ส่วนใหญ่จะมาเที่ยวเป็นครอบครัวและมาค้างคืน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากเขาใหญ่ ซึ่งไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมดจึงมาที่ทับลาน”

แหล่งท่องเที่ยว

“อุทยานแห่งชาติทับลาน เป็นอุทยานที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศรองจากอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนา

เพื่อเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีการพัฒนาหรือดูแลไม่ต่อเนื่องทำให้สูญเสียโอกาสไป โดยรอบอุทยานแห่งชาติทับลานส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับคความนิยมจากนักท่องเที่ยว จึงนำส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของอุทยานฯ ด้วยเช่นกัน”

“แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานฯ ได้แก่ เขามะค่า เขื่อนลำปายมาศ เขื่อนลำนูนบน น้ำตกบ่อทอง น้ำตกสวนหอม ห้วยขมื่น ห้วยใหญ่ได้ น้ำตกห้วยคำภู น้ำตกห้วยใหญ่ น้ำตกเหวนกกก ป่าลาน ผาเก็บตะวัน ลำแปรง”

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“อุทยานแห่งชาติทับลานไม่น่าจะมีโอกาสถูกถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก เนื่องจากได้ดำเนินการแก้ไขและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติตั้งแต่ก่อนที่จะได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก”

“ควรเพิ่มศักยภาพในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไว้ เพื่อไม่ให้ถูกถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก และควรสร้างความร่วมมือกับชุมชน โดยสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นมรดกโลก นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ก็ควรให้การสนับสนุนด้วยการจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติด้วยเช่นกัน”

ข้อเสนอแนะ

“ประเด็นที่ต้องการให้รัฐให้การสนับสนุนคือ เรื่องการจัดสวัสดิการสำหรับเจ้าหน้าที่ที่ออกลาดตระเวนในป่า เช่น อาหารและสิ่งของจำเป็นสำหรับการเดินป่า มีการประกันภัยให้กับเจ้าหน้าที่ที่เดินสำรวจป่า ดูแลป่า และอนุรักษ์ป่า”

“เรื่องการทำเส้นทาง 304 เพื่อให้พื้นที่ป่ามีความเชื่อมต่อกันนั้นเป็นสิ่งที่เหมาะสม เพราะผืนป่าทั้งสองนี้เป็นผืนป่าเดียวกัน เป็นเส้นทางของสัตว์ป่าต่างๆ จึงมีข้อเสนอแนะให้ทำถนนเป็นแบบอุโมงค์ดีกว่า”

“ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลป่า โดยจะต้องให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการอนุรักษ์ป่าด้วยจึงจะทำให้เกิดการรักป่าและหวงป่า เป็นลักษณะของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ถ้าให้ชุมชนรักษาป่าอย่างเดียวยุทธชนก็คงไม่ให้ความร่วมมือมากนัก ซึ่งชุมชนจะมีกลุ่มที่อนุรักษ์ป่าและธรรมชาติอยู่แล้ว และทางอุทยานฯ จะมีการส่งเสริมในการสร้างอาชีพให้กับชุมชน เช่น การปลูกต้นลานและนำมาใช้ประโยชน์”

อุทยานแห่งชาติปางสีดา

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติปางสีดามีคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

“มีสภาพป่าที่สมบูรณ์ ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญและมีค่า เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า และทิวทัศน์ที่สวยงาม สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงชันสลับซับซ้อน ลักษณะป่ามีทั้งป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าดิบเขา ป่าเบญจพรรณ พันธุ์ไม้ที่สำคัญ เช่น เต็ง รัง เหียง พลวง มะขามป้อม รกฟ้า เป็นต้น”

“มีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง เช่น น้ำตกปางสีดา น้ำตกผาตะเคียน น้ำตกแควมะค่า จุดชมวิว โขดหินตามลำน้ำที่มีลักษณะแปลกๆ ซึ่งที่อุทยานแห่งชาติปางสีดาจะมีน้ำตกจำนวนมากทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ของน้ำ”

1.2 ความสมบูรณ์ของสัตว์ป่า

“มีสัตว์ป่าที่มีขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็ก รวมทั้งนกไม่ต่ำกว่า 200 ชนิด อาศัยอยู่ทั่วไป สัตว์ป่าที่พบ ได้แก่ ช้าง กระทิง วัวแดง เสือโคร่ง เก้ง กวางป่า กระซัง ชะนีมิงกูด นากเล็กเล็บสั้น เม่นแผงคอใหญ่ ค้างคาวปีกขน ไก่ฟ้าพญาลอ นกยางเขียว นกพญาปากกว้างออกสีเงิน นกแต้วแล้วธรรมดา นกเค้าดิน ตะกวด กิ้งก่าบิน ตะกวด เขียดตาปาด เขียดทราย อึ่งแม่หนาว เป็นต้น”

“ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่ามีประมาณ 95 % แต่เนื่องจากอากาศแห้งแล้งสัตว์จะไปอยู่บริเวณที่เป็นลุ่มน้ำ สัตว์คงอยู่ตามสภาพเดิมเพียงแต่ไม่ออกมาให้คนเห็น ที่นี้จะมีแหล่งจระเข้น้ำจืดอยู่ที่แก่งกัญญา มาศทำให้แตกต่างจากที่อื่น”

“ช่วงปลายฤดูร้อนถึงต้นฤดูฝนป่าแห่งนี้จะกลายเป็น “เมืองของผีเสื้อ” ซึ่งมีผีเสื้อกว่า 400 ชนิด โยยบินทั่วอุทยานฯ จึงเป็นแหล่งดูผีเสื้อที่น่าสนใจ”

1.3 กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

“กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว คือ เที่ยวน้ำตก เช่น น้ำตกปางสีดา ศึกษาป่าและธรรมชาติ ชมดอกไม้ป่า และเทศกาลดูผีเสื้อ โดยเฉพาะเดือนเมษายนจะมีผีเสื้อจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นความโดดเด่นของอุทยานฯ รวมทั้งจุดชมวิว ดูทะเลหมอก ชมดอกไม้ป่า การเดินป่าศึกษาธรรมชาติซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่อุทยานฯ ไปด้วย”

“ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคมของทุกปี จังหวัดสระแก้วร่วมกับอุทยานแห่งชาติปางสีดา สมาคมรักษ์ปางสีดา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก จัดเทศกาลดูผีเสื้อปางสีดา เพื่อส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีความหลากหลาย เพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดสระแก้ว โดยจะเชิญชวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวชมฝูงผีเสื้อนับแสนในช่วงต้นฤดูฝน ชมฝูงผีเสื้อนานาพันธุ์ตามเส้นทางชมผีเสื้อในอุทยานแห่งชาติปางสีดาที่มีจำนวนมากกว่า 400 ชนิด”

2. การบริหารจัดการ

อุทยานแห่งชาติปางสีดามีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาในการบริหารจัดการ

“พนักงานส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ขาดความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน อีกทั้งค่าตอบแทนในการทำงานต่ำกว่าระบบราชการทั่วไป”

“พนักงานที่จะเป็นหน่วยลาดตระเวนดูแลสภาพป่าและป้องกันการล่าสัตว์ มิใช่เพียงพอ”

2.2 โครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

“เจ้าหน้าที่อุทยานฯ ได้ออกไปประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านได้รับรู้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ทำให้ชาวบ้านเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่ามากขึ้น”

“โครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าที่ทางอุทยานแห่งชาติปางสีดาดำเนินการ ได้แก่ การอบรมให้ความรู้กับเยาวชน ชาวบ้านและผู้นำชุมชน กลุ่มที่ได้ผลมากที่สุดคือ กลุ่มชาวบ้านและผู้นำชุมชนรองมาคือกลุ่มเยาวชน”

“มีการปลูกป่าทดแทน โดยส่วนใหญ่จะเป็นพันธุ์ไม้ที่เก็บเมล็ดมาจากป่านี้ และมีการดูแลรักษาป่าโดยมีการสร้างฝายชะลอน้ำกระจายทั่วไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติ”

“โครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น โครงการปลูกป่า 3 อย่าง ได้ประโยชน์ 4 อย่าง ตามแนวพระราชดำริ คือ ปลูกไม้ใช้สอย ปลูกไม้กินได้ ปลูกไม้เศรษฐกิจ ส่วนประโยชน์ 4 อย่าง คือ เพื่อใช้สอย เพื่อเป็นอาหาร เพื่อประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ เพื่อช่วยอนุรักษ์ดินและน้ำ”

3. การอนุรักษ์ธรรมชาติ ความเป็นมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติปางสีดามีการอนุรักษ์ธรรมชาติความเป็นมรดกโลกใน 5 ประเด็น ดังนี้

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

“มีการรวมกลุ่มระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักท่องเที่ยว ภาคชุมชน และภาคเอกชน จัดตั้งสมาคมรักษ์ปางสีดา เพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ภายในอุทยานแห่งชาติปางสีดา โดยการให้ความรู้ และสร้างจิตสำนึก ให้กับเยาวชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมกลุ่มศึกษาและสำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในอุทยานแห่งชาติปางสีดา เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้อุทยานแห่งชาติปางสีดาเป็นที่รู้จักในวงกว้าง”

3.2 ความเคร่งครัดในการใช้กฎหมาย

“สัตว์ป่าเกิดการตกใจและแตกตื่นจากเสียงของยานพาหนะที่เข้ามาในอุทยานแห่งชาติ แต่ทางอุทยานฯ ก็ได้จัดด่านตรวจดูแลและควบคุมเสียงอยู่แล้ว”

3.3 การบุกรุกป่า

“ป่าไม้ยังคงอยู่เท่าเดิม การบุกรุกป่ามีปริมาณที่ลดลง เนื่องจากเจ้าหน้าที่อุทยานฯ ได้ประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านได้รับรู้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ทำให้ชาวบ้านเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่ามากขึ้น”

3.4 การล่าสัตว์

“การล่าสัตว์มีปริมาณที่ลดลง เนื่องจากเจ้าหน้าที่อุทยานฯ ได้ประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านได้รับรู้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ทำให้ชาวบ้านเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์สัตว์ป่ามากขึ้น”

3.5 ความสะอาด

“มีการควบคุมการนำขยะเข้ามาในพื้นที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการลงทะเบียนและแลกบัตรประจำตัวประชาชน ก่อนนำขยะเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อกลับมาให้นำขยะนั้นกลับติดตัวมาด้วยเพื่อแลกบัตรคืน”

“เรื่องการจัดขยะจากการท่องเที่ยว ทางอุทยานฯ ยังสามารถบริหารจัดการได้ดี โดยได้รับความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าแขก ซึ่งในอนาคตหากมีการขยายตัวทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น และมีปริมาณขยะที่มากขึ้น ทางอุทยานฯ สามารถขอความร่วมมือจากเทศบาลเมืองสระแก้วได้”

การท่องเที่ยว

“จำนวนนักท่องเที่ยวจะมากในบางฤดูกาล โดยเฉพาะในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ประมาณ 400-500 คน”

“กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯ ท่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว และพื้นที่ใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ จะมีความสนใจ และกิจกรรมที่แตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จะสนใจกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การเล่นน้ำตก ชมทิวทัศน์ แคมป์ปิ้ง เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์จะสนใจกิจกรรมดูนก เดินป่า คุ้ยเสื่อ ส่องสัตว์ เป็นต้น”

แหล่งท่องเที่ยว

“มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น จุดชมวิวกม.25 ทู่งหย้าบุตาปอด น้ำตกแควมะค่า น้ำตกทับทewa น้ำตกธารพลับพลึง น้ำตกท่ากะบาก น้ำตกปางสีดา น้ำตกผาตะเคียน น้ำตกมานธารา น้ำตกลานแก้ว น้ำตกลานหินใหญ่ น้ำตกถ้ำค้างคาว น้ำตกหน้าผาใหญ่ ภูเขาเจดีย์ จุดชมวิวกม.25 แหล่งจระเข้บ้านจืด เป็นต้น”

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“แม้ว่านักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานฯ แต่เมื่อไปถึงแล้วก็จะเกิดความประทับใจ รู้สึกถึงความคุ้มค่าในการเดินทาง และอยากจะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีก”

ข้อเสนอแนะ

“ควรมีการจัดสรรงบประมาณด้านการจ้างเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเพิ่มขึ้นเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงจัดสถานที่จอดรถและห้องน้ำให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ”

“ต้องการให้รัฐดูแลเรื่องความปลอดภัยของพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวน”

“ในพื้นที่เกษตรกรรมที่อยู่โดยรอบอุทยานแห่งชาติปางสีดา เกษตรกรมีความนิยมปลูกยูคาลิปตัสเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่เพิ่มพื้นที่ในการปลูกมากขึ้น โดยต่อเนื่อง ซึ่งการปลูกยูคาลิปตัสมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาการเสื่อมสภาพของดินและขาดแคลนน้ำ เพราะเป็นพื้นที่ดูดซึมน้ำมาก ซึ่งในอนาคตอาจมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในพื้นที่อุทยานฯ ได้ จึงควรมีการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการปลูกไม้เศรษฐกิจชนิดนี้ ควรมีการส่งเสริมการปลูกพืช หรือไม้เศรษฐกิจอื่นๆ ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว”

อุทยานแห่งชาติตาพระยา

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติตาพระยามีคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

“อุทยานแห่งชาติตาพระยามีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของพรรณไม้และธรรมชาติมาก”

“มีสภาพป่าที่สมบูรณ์กระจายอยู่ในพื้นที่โดยทั่วไปเป็นป่าเบญจพรรณ ป่าดิบแล้ง และป่าเต็งรัง”

1.2 ความสมบูรณ์ของสัตว์ป่า

“ปัจจุบันมีจำนวนสัตว์ป่าเพิ่มขึ้นเนื่องจากการล่าสัตว์ลดลง สัตว์ที่พบเห็น เช่น วัวแดง กระทิง เสือไฟ เสือปลา เลียงผา กวาง เก้ง กระเจง หมู หมูป่า ลิง ค่าง ชะนี อีเห็น ชะมด หมาไน แมวป่า หมูหริ่ง เม่น พังพอน กระต่ายป่า กระรอก กระแต นกพญาไฟ นกขุนแผน นกแก้ว นกเขาเขียว นกกางเขนดง นกหัวขวาน นกเหยี่ยว นกฮูก ไก่ป่า ไก่ฟ้า นกขุนทอง ภูชนิตต่างๆ เป็นต้น”

1.3 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

“กิจกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ชมพรรณไม้ ชมทิวทัศน์ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ แคมป์ปิ้ง ชมประวัติศาสตร์ เทียวถ้ำ/ธรณีวิทยา การส่องสัตว์โดยเฉพาะกระทิง และชมวิว ณ จุดชมวิวเทือกเขาบรรทัด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ละลุ เขายักษ์ ป่าสลัดได น้ำตกผาแดง ลานหินที่ทัพไทย โดยกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่นี้จะน้อยเนื่องจากการส่งเสริมการจัดการและการอนุรักษ์ธรรมชาติมากกว่า”

“อุทยานแห่งชาติตาพระยามีความโดดเด่นในเรื่องการที่นักท่องเที่ยวสามารถชมสัตว์ป่าได้อย่างใกล้ชิด เนื่องพื้นที่ส่วนที่เป็นทุ่งหญ้าอาหารสัตว์นั้นอยู่ใกล้กับถนนตรวจการของอุทยานฯ แต่ในอนาคตอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของสัตว์ป่าได้ คือ มันอาจจะหลบเข้าป่าลึกหากถูกรบกวนจากมนุษย์มากเกินไป หรือเกิดการคุ้นชินกับมนุษย์จนไม่มีสัญชาตญาณของสัตว์ป่า ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์เหล่านั้นได้”

2. การบริหารจัดการ

อุทยานแห่งชาติตาพระยามีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาในการบริหารจัดการ

“ปัญหาด้านการจัดการของอุทยานฯ คือ ขาดแคลนบุคลากรในการบริหารจัดการ และประสานงานต่อเนื่อง”

“พนักงานส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ขาดความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน อีกทั้งค่าตอบแทนในการทำงานต่ำกว่าระบบราชการทั่วไป โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวนดูแลสภาพป่าและป้องกันการล่าสัตว์ มีจำนวนไม่เพียงพอ และต้องการความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน”

“พนักงานที่จะเป็นหน่วยลาดตระเวนดูแลสภาพป่าและป้องกันการล่าสัตว์ มีไม่เพียงพอ”

“มีความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับอุทยานแห่งชาติตาพระยาในบางพื้นที่ เรื่องปัญหาการบุกรุกพื้นที่ และเรียกร้องให้จัดสรรพื้นที่ในความดูแลของอุทยานฯ ให้เป็นที่ดินทำกิน”

2.2 โครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

“มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์กับเยาวชน เพื่อให้เยาวชน ซึ่งเป็นบุตรหลานของคนในชุมชน เป็นผู้ช่วยในการบอกกล่าว การสื่อสารกับผู้ปกครองถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ”

“มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์กับผู้นำชุมชน เพื่อให้ผู้นำชุมชนเป็นผู้นำข่าวสารและความรู้ด้านการอนุรักษ์เข้าที่ประชุมประจำสัปดาห์หรือประจำเดือนกับลูกบ้าน ส่งเสริมให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ”

“การปลูกต้นไม้เพิ่มเติมโดยยังคงสภาพป่าแบบเดิมไว้ โดยต้นไม้ที่นำเข้าไปปลูกในผืนป่าจะเป็นต้นไม้เฉพาะถิ่น เช่น มะค่า ประดู่ เป็นต้น ซึ่งต้นกล้าจะได้อาจมาจากสวนป่า ของป่าไม้ โดยนำมาเมลิคมาเพาะแล้วจึงนำมาปลูก”

“จัดทำโครงการกระทิงไม่ทิ้งตาพระยา มีการจัดอบรมเยาวชน ประชาชน และผู้นำชุมชน ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของกระทิง ซึ่งเป็นสัตว์ที่ดำรงความอุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติตาพระยา มีการทำโป่งเทียมซึ่งเป็นแหล่งแร่ธาตุสำหรับสัตว์ป่า”

3. การอนุรักษ์ธรรมชาติ ความเป็นมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติตาพระยามีการอนุรักษ์ธรรมชาติความเป็นมรดกโลกใน 5 ประเด็น ดังนี้

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

“ผู้ใหญ่บ้านจะนำรายชื่อนักล่าสัตว์มาให้กับทางเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่เข้าไปสร้างความสัมพันธ์อันดีและให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ และผลกระทบที่เกิดจากการล่าสัตว์”

“หน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุน ได้แก่ ปตท.สผ. ได้ให้งบประมาณสนับสนุนการทำโครงการและให้รายงานผลการดำเนินงานส่งปตท. และกรมอุทยานแห่งชาติด้วย เช่น โครงการกระทิงไม่ทิ้งตาพระยา โครงการเยาวชนร่วมใจ สร้างเครือข่ายรักกระทิง อนุรักษ์ การทำโป่งเทียม โครงการความร่วมมือบริหารจัดการเพื่อการอนุรักษ์มรดกไทย มรดกโลก จัดโดยอุทยานแห่งชาติตาพระยา ร่วมกับปตท.สผ. การจัดทำฝายต้นน้ำ การจัดทำป่าที่มีสัญลักษณ์บอกเส้นทางชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินตามเส้นทางศึกษาธรรมชาติเองได้ การทำโป่งเทียมเพื่อให้สัตว์ได้รับแร่ธาตุแคลเซียม กลุ่มที่ได้ผลมากที่สุดคือกลุ่มเยาวชน”

3.2 ความเคร่งครัดในการใช้กฎหมาย

“มีมาตรการที่เคร่งครัดในการจัดระเบียบการทิ้งขยะมูลฝอยให้เป็นระบบ และมีการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่กำหนดเอาไว้”

3.3 การบุกรุกป่า

“ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ป่า การตัดไม้ทำลายป่า และการล่าสัตว์ป่า โดยชาวบ้าน ผู้มีอิทธิพล และนักการเมือง ทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชน”

“ชาวบ้านมีการถางป่าอยู่ตลอดทำให้ต้นไม้มีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับในอดีต”

“ส่วนใหญ่ชาวบ้านจะเข้าไปเก็บพืชพรรณไม้ขาย การหาของป่าขาย เช่น กล้วยไม้ กระรอกค่าง เก้ง เป็นต้น ยังขาดความร่วมมือจากชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้กับอุทยานแห่งชาติ ในการอนุรักษ์ป่าโดยชาวบ้านยังมีการลักลอบทำลายป่า”

3.4 การล่าสัตว์

“สัตว์ป่ามีจำนวนลดลงเนื่องจากชาวบ้านที่อาศัยอยู่รอบๆ บริเวณป่ามีการถางป่า การเผาป่า และการล่าสัตว์”

“ยังมีชาวบ้านบางส่วนที่ไม่ให้ความร่วมมือ โดยยังมีการล่าสัตว์อยู่ แม้ว่าทางอุทยานแห่งชาติจะชี้แจงถึงการบังคับใช้กฎหมายก็ตาม ทำให้เกิดความขัดแย้งกันระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เพราะผู้นำชุมชนไม่ให้ความร่วมมือ จึงได้อาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) และทหารที่เข้ามากู้ระเบิด ในการช่วยจับกุมผู้ที่บุกรุกป่า และล่าสัตว์”

3.5 ความสะอาด

“มีมาตรการที่เคร่งครัดในการจัดระเบียบการทิ้งขยะมูลฝอยให้เป็นระบบ และมีการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่กำหนดเอาไว้ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ในอุทยานจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความสะอาดเป็นประเด็นสำคัญ”

“เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานฯ มีจำนวนไม่มากนัก และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ จึงมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการเรื่องความสะอาดและขยะดี ทางอุทยานฯ จึงเพียงวิธีการขอความร่วมมือในการนำขยะกลับออกมาจากแหล่งท่องเที่ยวด้วย”

การท่องเที่ยว

“ส่วนใหญ่เป็นค่ายเยาวชนหรือค่ายนักศึกษาต่างๆ จำนวนนักท่องเที่ยวไม่ค่อยมาก เนื่องจากไม่มีน้ำตก ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวมากเหมือนที่อื่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวมีประมาณปีละ 10-20 คน”

“นักท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติตาพระยาจะเป็นนักท่องเที่ยวประจำที่ชอบธรรมชาติ นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ ผู้ที่รักธรรมชาติและการผจญภัย ทางอุทยานฯ ได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นพื้นฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ในส่วนอื่นๆ ก็ไม่ได้ดำเนินการปรับปรุง เช่น ถนนหนทาง ไม่ได้ลาดยางเพราะอยากให้คงความเป็นธรรมชาติ ไม่ต้องสะดวกมากมาย เพราะจะเป็นการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ”

แหล่งท่องเที่ยว

“แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ กลางดง เพราะมีจุดชมวิว สามารถมองเห็นผืนป่าได้กว้างไกล แหล่งน้ำซับที่ทางอุทยานฯ ได้นำน้ำจากแหล่งน้ำซับนี้มาให้ให้นักท่องเที่ยวใช้อาบและสามารถดื่มกินได้จุดชมวิวเทือกเขาพนมดงรัก ละลุ ป่าสลัดไค เขายักษ์ ลานกระเจียว อ่างเก็บน้ำเมฆา อ่างเก็บน้ำลำจังหัน อ่างเก็บน้ำลำนางรอง อ่างเก็บน้ำลำปะเทีย อ่างเก็บน้ำห้วยยาง”

“แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ช่องโอบก ปราสาทเขาโล้น ปราสาททอง ปราสาทบายแบก ลานหินตัด ศาลมีอักษร ศูนย์เขมรอพยพ ไซท์พู แหล่งโลหะกรรม อนุสาวรีย์เราสู้”

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“อุทยานแห่งชาติตาพระยามีพื้นที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ ปราสาทหินพนมรุ้ง ตลาดโรงเกลือ เป็นต้น หากมีการจัดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงก็จะทำให้เพิ่มโอกาสทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น”

ข้อเสนอแนะ

“ต้องมีการจัดการที่ดีเพื่อไม่ให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นส่งผลทำให้ทรัพยากรลดลงหรือทำลายสภาพแวดล้อมของสัตว์ เช่น การแบ่งเขตสำหรับนักท่องเที่ยว เขตหวงห้าม เป็นต้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับการวางแผนนโยบายระดับกรมลงมา เพราะสำนักงานอุทยานแห่งชาติไม่สามารถ

วางแผนนโยบายหรือดำเนินการได้เอง โดยทั่วไปแล้วมรดกโลกขึ้นอยู่กับกรมอุทยานแห่งชาติ กระทรวง
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม”

“ถนนสาย 348 ที่ตัดผ่านผืนป่าทำให้สัตว์ไม่สามารถเข้าไปอีกฝากหนึ่งของผืนป่าได้ ทำให้
สัตว์ผสมพันธุ์กันอยู่ในกลุ่มเดียว ทำให้ในอนาคตอาจทำให้เกิดปัญหาด้านความสมบูรณ์ของสัตว์
ซึ่งตอนนี้ได้มีการศึกษาเพื่อจะเชื่อมต่อผืนป่าเข้าด้วยกัน อยู่ 2 ที่ด้วยกัน คือ ถนนสาย 304 ที่เขา
ใหญ่-ทับลาน และ ถนนสาย 348 ที่ด้านหน้าอุทยานตาพระยา ที่ตรงขึ้นทางโนนดินแดง จังหวัด
บุรีรัมย์ ซึ่งวิธีการที่จะทำก็มีทั้งแบบการทำเป็นอุโมงค์ และการทำสะพาน”

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า เพื่อ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่มีคุณค่าของตราแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

“ผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์แห่งสุดท้ายของจังหวัดบุรีรัมย์ และเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญ
ได้แก่ ห้วยลำนางรอง ห้วยลำปลายมาศ ด้วยเนื้อที่ประมาณ 340 ตารางกิโลเมตร”

“ป่าละเมาะหรือรุกร เป็นสถานที่ที่มีพื้นที่เว้งแอ่งขนาดใหญ่ มีรูของตาน้ำผุดขึ้นจากดินเป็น
รอยๆ รู ไหลหล่อเลี้ยงพื้นที่ป่าให้ชุ่มชื้น ก่อให้เกิดสภาพความหลากหลายทั้งทางพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์
มากมาย ทั้งยังเป็นแหล่งหากินของสัตว์ป่านานาชนิด และนกชนิดต่างๆ”

“มีความอุดมสมบูรณ์เต็มไปด้วยพรรณไม้นานาชนิด และสัตว์ป่านานาพันธุ์ พื้นที่ป่าส่วน
ใหญ่เป็นป่าดิบแล้ง มีไม้ที่มีค่าทางเศรษฐกิจอยู่จำนวนมาก เช่น มะค่าโมง ประดู่ ตะเคียนหิน พุง
เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีไม้พื้นล่างและกล้วยไม้ชนิดต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น เฟิร์นชนิดต่าง ๆ”

1.2 ความสมบูรณ์ของสัตว์ป่า

“สัตว์ป่าที่พบมากในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า คือ กระตัง มีประมาณ 20 กว่าตัว ซึ่งลดลงจาก
ในอดีตมาก แต่ก็ยังคงมีความหลากหลายของป่าและพันธุ์สัตว์เมื่อเทียบกับเขาใหญ่”

“ในปัจจุบันยังพบเห็นสัตว์ป่าอีกหลายชนิดในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ เช่น ช้าง
ป่า กระตัง วัวแดง เสือ กวาง เก้ง แมวคาว หมู กระจับปี่ เต่า กวด ตะพาบน้ำ นิ่ม และนกชนิด
ต่างๆ เป็นต้น

1.3 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

“เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ได้จัดสร้างหอดูสัตว์ไว้บริเวณอ่างเก็บน้ำที่ละเลิงร้อยรู สำหรับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติหน้าที่และนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติที่ต้องการมาศึกษาและชมธรรมชาติ และชีวิตสัตว์ป่า”

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ เช่น การดูสัตว์ ชมพรรณพืช คุนุก แคมป์ปิ้ง เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินป่าศึกษาธรรมชาติแบบง่ายๆ ระหว่างทางมีต้นไม้ยืนต้นใหญ่และเล็ก พืชสมุนไพร ดอกไม้ป่า และลำธารน้ำ ทำให้เกิดความเพลิดเพลินระหว่างการศึกษเส้นทางธรรมชาติ”

2. การบริหารจัดการ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัญหาในการบริหารจัดการ

“เนื่องจากเป็นหน่วยที่อยู่ในป่าลึก อันตรายมาก เจ้าหน้าที่ต้องออกไปเดินลาดตระเวนครั้งละ 2-3 คน บางครั้งก็มีการลอบทำร้ายเจ้าหน้าที่ เกิดการปะทะกันระหว่างเจ้าหน้าที่กับคนที่เข้ามาลักลอบตัดไม้หรือล่าสัตว์ป่า”

“มีพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวนดูแลสภาพป่าและป้องกันการล่าสัตว์ จำนวนจำกัด พนักงานส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ขาดความมั่นคงในการทำงาน และได้รับค่าตอบแทนในการทำงานต่ำกว่าระบบราชการทั่วไป”

“ปัญหาเรื่องความปลอดภัยของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวน”

“โครงการปลูกป่าทดแทนซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่ส่วนใหญ่เป็นโครงการระยะสั้น โดยได้รับความร่วมมือจากนักเรียน นักศึกษา และครูสังกัดหน่วยงานขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มาเข้าร่วมโครงการปลูกป่าทดแทน”

“เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่มีเจ้าหน้าที่ประมาณ 60 คน และไม่มีเจ้าหน้าที่ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ เนื่องจากทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ยังไม่มียุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว”

“เนื่องจากหน่วยงานของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ เป็นหน่วยงานใหม่อยู่ระหว่างการควบคุมพื้นที่ยังไม่ได้ประกาศเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าที่สมบูรณ์ จึงไม่มีงบประมาณที่จะสร้างบ้านพักรับรองและสถานที่ศึกษาวิจัยสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าวิจัยและทัศนศึกษาทางธรรมชาติจึงใช้การเดินเท้าและพักแรมด้วยการกางเต็นท์”

“ประเด็นปัญหาที่ผืนป่าไม่ต่อเนื่องกัน เนื่องจากมีถนนตัดผ่านทำให้สัตว์ป่า เช่น ช้าง ที่เดินข้ามถนนได้รับอันตราย”

2.2 โครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

“มีการก่อสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ที่บริเวณป่าระเริงร้อยรู เพื่อเป็นแหล่งน้ำสำหรับสัตว์ป่า เพื่อแก้ไขปัญหาสัตว์ป่าขาดแคลนแหล่งน้ำในช่วงหน้าแล้ง รวมทั้งเป็นการลดความขัดแย้งระหว่างสัตว์ป่ากับชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณรอบเขตป่าดงใหญ่ เพราะทุกปีที่ผ่านมาในช่วงหน้าแล้งสัตว์ป่า เช่น ช้างป่า กระทิง จะออกมาหากินน้ำ และพืชไร่ของชาวบ้าน ในเขตรอบป่าจนได้รับความเสียหาย”

“เจ้าหน้าที่มีการทำโปงเทียมให้กับสัตว์ ดำเนินโครงการเพาะพันธุ์กล้าไม้ และอบรมให้ความรู้แก่เยาวชนเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าไม้”

3. การอนุรักษ์ความเป็นธรรมชาติความเป็นมรดกโลก

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติความเป็นมรดกโลกใน 5 ประเด็น ดังนี้

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

“โครงการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เป็น โครงการที่มาจากภาครัฐ เช่น โครงการปลูกป่า แต่ไม่ได้เป็นโครงการที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีความหน่วยงานภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน ส่วนชาวบ้าน/ชุมชนจะเป็นลักษณะต่างคนต่างอยู่และแบ่งพรรคพวก เจ้าหน้าที่จึงทำงานค่อนข้างลำบากเพราะมีจำนวนน้อย ทำให้ดูแลไม่ทั่วถึง”

“ในการป้องกันพราน และชาวบ้านเข้าไปล่า และทำร้ายสัตว์ป่าอนุรักษ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่นั้น ได้ร่วมกับทั้งภาครัฐและเอกชนออกประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ชาวบ้าน และนักเรียนตามโรงเรียนบริเวณรอบป่า เพื่อร่วมในการอนุรักษ์ สำนักหวงแหวนดูแลรักษาสัตว์ป่า และป่าร่วมกัน และได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างดี หากพบสัตว์ป่าออกมาหากินน้ำหรือพืชไร่ก็ให้ใช้เสียงขับไล่ หรือแจ้งเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าให้เข้าไปจับไล่ช้างหรือสัตว์ป่าคินสุป่า”

3.2 ความเคร่งครัดในการใช้กฎหมาย

“มีพนักงานที่เป็นหน่วยลาดตระเวนดูแลสภาพป่าและป้องกันการล่าสัตว์”

3.3 การบุกรุกป่า

“บริเวณป่าบางพื้นที่เป็นป่าเสื่อมโทรม เนื่องจากมีการบุกรุกลักลอบตัดไม้ทำลายป่าจำนวนมาก ถนนทางเข้าพื้นที่ป่าอยู่ห่างจากเส้นทางหลักประมาณ 13 กิโลเมตร จึงเป็นถนนลูกรังตลอดเส้นทางเพื่อป้องกันการลักลอบตัดไม้และขนไม้ออกนอกพื้นที่ป่า ซึ่งในปัจจุบันยังคงมีชาวบ้านที่อยู่รอบบริเวณผืนป่าเข้ามาลักลอบตัดไม้อยู่เรื่อยๆ”

“พื้นที่ป่าถูกชาวบ้านบุกรุกเนื่องจากการแทรกแซงจากการเมืองท้องถิ่น หรือเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย หรือเป็นพื้นที่ทำมาหากิน”

“ปัญหาการบุกรุกพื้นที่มรดกโลก เนื่องจากชาวบ้านได้ประกอบอาชีพในพื้นที่ก่อนประกาศเป็นมรดกโลก โดยยังไม่มีเอกสารสิทธิ์และเมื่อประกาศการเป็นพื้นที่มรดกโลกจึงไม่มีขอบเขตที่ชัดเจน”

3.4 การล่าสัตว์

“ในปัจจุบันเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคงใหญ่ยังประสบปัญหาการลักลอบล่าสัตว์จากชาวบ้านและนายพราน ซึ่งอาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่ป่า เนื่องจากพื้นที่ป่าของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเป็นลักษณะเปิดสามารถเข้าออกได้หลายทาง ทำให้ยากต่อการตรวจสอบและติดตามของเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีจำนวนน้อย”

“ปัญหาระหว่างชาวบ้านกับสัตว์ป่า เนื่องจากไม่มีการแบ่งแนวเขตกันที่ชัดเจน ดังนั้นสัตว์ป่า เช่น ช้าง ก็จะเข้ามากินอาหารที่ชาวบ้านปลูกไว้ ทำให้ผลผลิตที่ชาวบ้านปลูกไว้ได้รับความเสียหาย”

3.5 ความสะอาด

“ปัญหาเรื่องความสะอาด หรือขยะจากการท่องเที่ยวมีน้อยมาก เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวมีน้อย และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ จึงมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการสภาพแวดล้อมดีอยู่แล้ว และทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเองก็มีนโยบายให้นักท่องเที่ยวนำขยะกลับมาออกไปด้วย อีกทั้งการจะเข้าไปในพื้นที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าก็ต้องมีการขออนุญาตจากทางเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และให้เจ้าหน้าที่นำทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น จึงเท่ากับเป็นการควบคุมดูแลเรื่องการกระทำที่เป็นผลเสียต่อธรรมชาติอยู่แล้ว”

การท่องเที่ยว

“ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มาเพื่อศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธรรมชาติและพันธุ์ไม้ต่างๆ”

“ส่วนใหญ่จะมากันเป็นกลุ่มเล็กๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มที่ชอบเที่ยวป่าชอบธรรมชาติ”

“ในบางครั้งจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ ชุมชน หรือภาคเอกชน เข้ามาขอใช้พื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การมาทำโป่งเทียม การจัดกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ธรรมชาติ ค่ายลูกเสือ กิจกรรมสัมมนาฝึกอบรม เป็นต้น”

แหล่งท่องเที่ยว

“แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ ป่าละเลิงร้อยรู ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีพื้นที่เว้าแหว่งขนาดใหญ่ มีรูของตาน้ำผุดขึ้นจากดินเป็นร้อยๆ รู ไหลหล่อเลี้ยงพื้นที่ป่าให้ชุ่มชื้น ก่อให้เกิดสภาพความ

หลากหลายทั้งทางพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์มากมาย ทั้งยังเป็นแหล่งหากินของสัตว์ป่านานาชนิด และนกชนิดต่างๆ”

“เส้นทางธรรมชาติ 4 เส้น ได้แก่ เส้นลำธารวิมานไพร อยู่บริเวณสำนักงานเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ เส้นทางเขาผึกหวาน อยู่บริเวณเขื่อนเก็บน้ำลำนางรอง เส้นทางเขากะป้อด อยู่บริเวณเขากะป้อดกลางพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ และเส้นละเลิงร้อยรู อยู่บริเวณหน่วยพิทักษ์ป่าละเลิงร้อยรู และเป็นแหล่งอนุรักษณ์ที่สำคัญ ซึ่งอยู่ระหว่างการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดบุรีรัมย์

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่มีนโยบายให้ทั้งบริษัทเอกชนหรือประชาชนเช่าทำกิน และกำลังอยู่ระหว่างสำรวจเพื่อผนวกพื้นที่ป่าสงวนเข้าเป็นเขตป่าอนุรักษ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ เพื่อฟื้นฟูให้ป่ากลับมาเป็นป่าสมบูรณ์ และเป็นป่าต้นน้ำในเขตรมรดกโลกต่อไป”

“เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวน้อยมาก ปัญหาด้านความไม่สะอาดจึงน้อย ควรเน้นการสร้างถนนหนทางต่างๆ ให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด”

ข้อเสนอแนะ

“เน้นการอนุรักษ์ป่า ป้องกันการล่าสัตว์ป่า ป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่า โดยแก้ปัญหาความยากจนของชาวบ้าน การแก้ปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างชาวบ้านกับภาคเอกชน การงดการปลูกยูคาลิปตัส ซึ่งทำให้เกิดความแห้งแล้ง ทำให้แมลงและผีเสื้อหายไ้”

“ชาวบ้านมีความรู้สึกดีใจและภูมิใจที่ผืนป่าที่เขาคุ้นชินจะเป็นที่รู้จักของบุคคลอื่นๆ แต่ในขณะที่เดียวกันก็เห็นว่า การที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจะทำให้วิถีชีวิตของเขาที่เคยพึ่งพิงผืนป่าต้องเปลี่ยนแปลงไป เพราะไม่สามารถเข้าไปหาประโยชน์จากป่าได้ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐมีความเข้มงวดมากขึ้นหลังจากที่ได้รับขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแล้ว และชุมชนเองก็ไม่เห็นถึงประโยชน์ใดๆ ที่ชัดเจนจากการที่ผืนป่าแห่งนี้ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก”

หลังจากที่ทางคณะผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการพัฒนา ตลอดจนแผนปฏิบัติการสำหรับการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในมรดกโลกของประเทศไทย สำหรับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงกลุ่มตัวแทนภาครัฐ เพื่อวิเคราะห์แนวทางและแผนปฏิบัติการถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน โดยการประเมินความสำคัญของแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ กำหนดให้มีคะแนนการประเมินอยู่ในช่วง 1-5 โดยคะแนนหมายเลข “1” หมายถึง แผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ มีความเป็นไปได้น้อยที่สุด และคะแนนหมายเลข “5” หมายถึง แผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ มีความเป็นไปได้มากที่สุด โดยจำแนกตามเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ จำนวน 4 แห่ง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จำนวน 1 แห่ง รวมทั้งสิ้น 5 แห่ง

ผลคะแนนการประเมินความสำคัญของแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการส่งเสริมการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋ ดังตารางที่ 4.49 สำหรับรายละเอียดของข้อเสนอแนะต่อกิจกรรม/โครงการ และแนวโน้มนำการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ในภาคผนวก

ตารางที่ 4.43 ผลคะแนนการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่า
ดงพญาเย็น-เขาใหญ่

	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
1 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม					
1.1 โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ โครงการปลูกป่า รักษาดินน้ำ โครงการปลูกป่ารอบอุทยานฯ เป็นต้น โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน	4.80	5.00	4.00	3.64	4.67
1.2 โครงการประกวดการปลูกป่าไม่เข่นต้นในเขตพื้นที่ ซึ่งหน่วยงานที่ชนะเลิศจะได้รับประกาศเกียรติคุณ	2.25	2.80	2.20	3.86	4.15
1.3 โครงการประกวดอุทยานฯ สีเขียวในระดับประเทศ โดยเป็น เจ้าภาพร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งกำหนด เกณฑ์การเป็นอุทยานฯ สีเขียว เช่น การรักษาทรัพยากร ธรรมชาติ ป่าไม้ และสัตว์ป่า ความสะอาด ปราศจากขยะ และมลพิษ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี	4.40	4.40	3.40	4.00	4.47
1.4 โครงการประกวดการปลูกต้นไม้ โดยมีการประกาศเกียรติคุณ ให้สำหรับผู้ที่ปลูกต้นไม้เข่นต้นได้ถึงเกณฑ์ที่กำหนด	2.20	3.60	2.91	3.86	4.20

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
<p>1 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม</p>					
1.5 โครงการบริหารจัดการต้นกล้าหรือของประมาณสำหรับซื้อต้นกล้าเพื่อเป็นการส่งเสริมให้องค์กรและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ผืนป่า	3.00	5.00	2.91	3.71	4.47
1.6 กิจกรรมประกวดภาพถ่ายชิงรางวัลภายใต้แนวคิด เช่น มรดกโลก-มรดกเรา ป่าคือชีวิต เรารักธรรมชาติ ผีเสื้อ กระทั่ง นำผักเป็นต้น โดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.40	4.60	3.36	3.93	4.53
1.7 โครงการสถานประกอบการสีเขียว โดยภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการในการจัดประกวดและมอบรางวัลให้แก่สถานประกอบการภายในและภายนอกอุทยานฯ ที่ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้ดี	3.40	4.80	3.18	2.25	4.53
1.8 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่น ให้นักท่องเที่ยว/นักเรียน/นักศึกษา/ประชาชนทั่วไปได้ทำกิจกรรมปลูกป่า ทำโปงเทียม ทำผาย เป็นต้น	4.20	5.00	4.27	5.00	4.93
1.9 โครงการวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพของป่าและสัตว์ป่า หรือร่วมกับหน่วยงานภายนอกในการดำเนินการวิจัย	5.00	5.00	3.73	3.50	4.67

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
1 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม					
1.10 โครงการปลูกไม้ดอก/ไม้ประดับบริเวณที่ทำการอุทยาน แห่งชาติ เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีกับนักท่องเที่ยว	1.60	4.20	1.55	1.00	3.87
1.11 กิจกรรมต่อสู้สัตว์ที่หายาก (เช่น นกเงือก) ซึ่งเป็นกร ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อปลูกฝังเยาวชนให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ สัตว์ป่า	2.80	4.60	3.45	4.07	4.13
1.12 โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ ท่องเที่ยว โดยร่วมมือกันระหว่างอุทยานฯ และสถาบันการศึกษา ในท้องถิ่น ดำเนินการวิจัยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	5.00	4.40	3.70	4.00	4.40
1.13 โครงการรณรงค์การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อลดปริมาณขยะในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว	4.40	4.80	4.00	3.75	4.46

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสังคมและวัฒนธรรม	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
<p>๒ การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า</p> <p>โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสังคมและวัฒนธรรม</p> <p>2.1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติผ่านทางผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น</p> <p>2.2 ปฏิทินโปรแกรมท่องเที่ยวตามเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น งานบุญประเพณี วัฒนธรรมประจำท้องถิ่น วันสำคัญทางศาสนา วันสงกรานต์ วันปีใหม่ เป็นต้น</p> <p>2.3 จัดระบบการบังคับใช้กฎระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัดในการอนุรักษ์พื้นที่ป่า การล่าสัตว์ป่า การหาของป่า และการจัดสรรพื้นที่ทำกินให้กับชาวบ้าน</p>	4.40	5.00	4.80	4.29	4.87
	2.80	4.40	4.20	4.64	4.00
	4.80	4.60	3.30	4.83	4.53

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

<p>๕ การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้าน การท่องเที่ยว และการจัด</p>	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
<p>3.1 โครงการฝึกอบรมให้ความรู้ชุมชนเกี่ยวกับกรประกอบธุรกิจขนาดเล็ก (SME) โดยทำโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนในชุมชน เช่น การแปรรูปสมุนไพรเป็นยารักษาโรค บำรุงสุขภาพ การแปรรูปอาหาร ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของที่ระลึก</p>	5.00	4.60	3.10	3.33	4.47
<p>3.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่บ้าน เช่น สวนองุ่น สวนดอกไม้ สวนผัก ฟาร์ม เป็นต้น โดยจัดให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์ที่บ้าน</p>	3.60	4.80	3.10	2.33	3.93
<p>3.3 ปฏิทิน แผ่นพับและคู่มือท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ตลอดทั้งปี เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทั่วทั้งผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่</p>	4.40	5.00	4.40	5.00	4.43
<p>3.4 เว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยเนื้อหาในเว็บไซต์ที่สื่อสารถึงความ เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ จุดเด่นของแต่ละอุทยานแห่งชาติ ตลอดจนมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีการสื่อสารกับพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์</p>	5.00	4.60	4.40	3.67	4.50

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
<p>3 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ-การตลาด การท่องเที่ยว และการจัดการทั่วไป</p>					
<p>3.5 โครงการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น บริการ งานสื่อ ความหมายของธรรมชาติ งานป้องกันและปราบปราม งาน ดูแลนักท่องเที่ยว งานสร้างมวลชน เป็นต้น</p>	4.80	5.00	4.18	4.29	4.73
<p>3.6 หน่วยป้องกันและดูแลความปลอดภัยเคลื่อนที่ ให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการเดิน ป่า อันตรายจากน้ำป่า ลัดขัง เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นอาสาสมัคร จากคนในชุมชน</p>	4.80	5.00	4.18	3.86	4.07
<p>3.7 โครงการสมุนไพรรักษาโรค เป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับประโยชน์ของสมุนไพรรักษาโรค</p>	3.80	4.20	3.64	3.67	4.53

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

<p>☛ การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่า</p> <p>โดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านความร่วมมือสนับสนุน จากชุมชน/ภาครัฐ และเอกชน</p>	คะแนนการประเมินความเป็นไปได้				
	อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติ ทับลาน	อุทยานแห่งชาติ ปางสีดา	อุทยานแห่งชาติ ตาพระยา	เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่
4.1 โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น การฝึกอบรม การ จัดประชุม การสัมมนาทางการวิชาการ การศึกษาดูงาน ด้าน การท่องเที่ยว โรงแรม/รีสอร์ท การออกค่ายเยาวชน เป็นต้น	4.20	4.60	4.36	4.29	4.20
4.2 จัดตั้งเครือข่ายบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชมรดกโลกอย่าง ยั่งยืน เพื่อสร้างคุณค่าตรงแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของ แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และชุมชน	1.75	4.40	4.36	4.83	4.33
4.3 การจัดประชุมสัมมนา ร่วมกับกระทรวงหน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้นำชุมชน เพื่อระดมความคิดเห็นในการวางแผนด้านการสร้างคุณค่าตรา แหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว	4.40	4.40	4.27	3.50	4.40
4.4 จัดตั้งเครือข่ายในการเฝ้าระวังสัตว์ป่า โดยร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ	4.40	4.60	4.18	4.00	4.60
4.5 ชุมชนชาวอุทยานฯ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน การพัฒนาชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วม	4.80	5.00	3.45	3.00	4.53